

SKRIPSI

**STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)**

Oleh:

**RIZKI CAHYANTI
NPM. 1602100241**



**Jurusan SI Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/ 2022 M**

**STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

RIZKI CAHYANTI
NPM. 1602100241

Pembimbing I : Dr.Dri Santoso, MH
Pembimbing II : Muhammad Hanafi Zuardi, SHI, MSI.

Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1443 H/2022 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 Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Rizki Cahyanti
NPM : 1602100241
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
JudulSkripsi : **STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)**

Sudah kami setuju dan dapat diajukan keFakultasEkonomi dan Bisnis Islam untuk diMunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

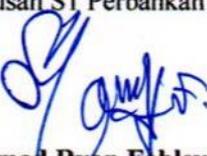
Pembimbing I


Dr. Dwi Santoso, M.H.
NIP. 196703161995031001

Metro, Desember 2021
Pembimbing II


M. Hanafi Zuardi, SHI, MSI
NIP. 198007182008011012

Mengetahui,
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah


Muhammad Ryan Fahlevi, M.M
NIP. 19920829 201903 1 007

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)
Nama : Rizki Cahyanti
NPM : 1602100241
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk diMunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, Desember 2021

Pembimbing I


Dr. Dwi Santoso, M.H.
NIP. 196703161995031001

Pembimbing II


M. Hanan Zuardi, SHI, MSI
NIP. 198007182008011012



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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-1608 / In-20-3 / D / PP-00-9 / 05 / 2022

Skripsi dengan Judul: STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur), disusun oleh: Rizki Cahyanti, NPM: 1602100241, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis/10 Maret 2022.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dr. Dri Santoso, M.H

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

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

Sekretaris : Aisyah Sunarwan, M.Pd



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Wat Jalil, M.Hum

020812 199803 1 001

STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH

(Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)

ABSTRAK

Rizki Cahyanti : NPM. 1602100241

Penelitian ini membahas strategi promosi produk perbankan syariah yang ada di PT. BPR Syariah Lampung Timur, Semakin banyaknya lembaga perbankan di Indonesia akan menyebabkan persaingan yang semakin ketat antar bank. strategi promosi merupakan suatu rencana untuk penggunaan yang optimal atas sejumlah elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan untuk tercapainya suatu tujuan yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan.

Penelitian ini merupakan Penelitian lapangan (*field research*) jenis penelitian metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. BPR Syariah Lampung Timur. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data secara induktif. karena data yang didapat berupa uraian-uraian atau keterangan-keterangan yang didapat dari kegiatan wawancara serta dokumen yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan tentang strategi promosi produk perbankan syariah yang dilakukan/diterapkan oleh PT. BPR Syariah Lampung Timur.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT. BPR Syariah Lampung Timur, mengenai strategi promosi produk perbankan syariah dengan jumlah nasabah pada tahun 2018,2019, dan 2020. Dengan menggunakan beberapa strategi promosi yaitu *Personal Selling*, *Promosi Penjualan*, dan *Publisitas*. Yang dipromosikan ke sekolah-sekolah, instansi serta kanto-kantor dinas, dipasarkan oleh pegawai PT. BPR Syariah Lampung Timur, untuk dapat mendekatkan diri serta mempererat kerjasama dengan nasabah.

Kata Kunci: *Strategi Promosi, Produk Perbankan Syariah*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizki Cahyanti

NPM : 1602100241

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam

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

Metro, Desember 2021

Yang Menyatakan,



Rizki Cahyanti
NPM. 1602100241

HALAMAN MOTTO

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ^ع

Artinya :

Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi (QS. Asy-Syu'ara': 183)¹

¹Al-Qur'an dan Terjemahan, QS. Asy-Syu'ara': 183

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kepada kedua Orangtua saya bapak Jahri dan Ibu Cici Purwaningsih, yang telah memberikan doa, dukungan dan semangatnya yang tidak pernah putus untuk saya serta selalu mencurahkan kasih sayang serta motivasinya yang tiada batas.
2. Kepada Alm. Kakak saya Ahmad Purwanto, yang telah membantu dan memberikan motivasi serta kasih sayang semasa hidupnya,
3. Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Khususnya para dosen pembimbing, Bapak Dr. Dri Santoso, M.H, Bapak M. Hanafi Zuardi, SHI, MSI yang telah membantu berupa arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada Almamater IAIN Metro, tempat menimba ilmu dan mempertajam intelektual yang kubanggakan dan tak akan pernah terlupakan.

Semoga semua yang telah berjasa memberikan dukungan dalam pembuatan skripsi ini, diberikan keberkahan serta balasan pahala yang berlipat ganda.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Skripsi penelitian ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar S.E. Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag., PIA. selaku Rektor IAIN Metro
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Muhammad Ryan Fahlevi, M.M selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Dri Santoso, MH. selaku Dosen Pembimbing I, dan
5. Bapak Muhammad Hanafi Zuardi, SHI, MSI. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan, bantuan, perhatian dan bahan masukan yang bersifat membangun bagi kesempurnaan dalam menyusun skripsi ini.
6. Seluruh Dosen IAIN Metro yang membimbing dan memberi motivasi peneliti untuk belajar menjadi lebih baik.

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

Metro, Desember 2021



Rizki Cahyanti
NPM. 160210024

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi promosi	10
1. Definisi Strategi	10
2. Definisi Promosi	12
3. Tujuan Promosi	12
4. Macam - Macam Promosi	14
B. Produk Perbankan Syariah	19
1. Pengertian Produk Perbankan Syariah	19

2.	Produk Perbankan Syariah	20
C.	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	28
1.	Definisi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	28
2.	Tujuan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	29
3.	Karakteristik Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	30
4.	Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.....	31

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis Dan Sifat Penelitian.....	35
1.	Jenis Penelitian.....	35
2.	Sifat Penelitian	35
B.	Sumber Data.....	36
1.	Sumber Data Primer.....	36
2.	Sumber Data Sekunder.....	36
C.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
1.	Wawancara	37
2.	Dokumentasi	38
D.	Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
1.	Sejarah Berdirinya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur	40
2.	Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur	42
3.	Struktur Organisasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur	44
4.	Produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur	50
B.	Strategi promosi produk perbankan syariah yang di gunakan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur	58

C. Analisis Strategi promosi produk perbankan syariah yang di gunakan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur	60
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Jumlah nasabah Funding dan Lending BPR Syariah Lampung Timur.....	4
1.3 Penelitian Relevan	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
4.1 Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Lampung Timur	46

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Alat Pengumpulan Data
3. Outline
4. Surat Izin Reaserch
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto Dokumentasi Wawancara
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pesatnya kemajuan dan perkembangan ekonomi saat ini, keberadaan Bank menjadi salah satu faktor penunjang tercapainya ekonomi nasional, melalui fungsinya sebagai lembaga intermediasi keuangan sehingga tidak sedikit masyarakat yang beranggapan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang aman dalam melakukan aktivitas keuangan.

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara. Di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap semua pelayanan yang ditawarkan oleh suatu perbankan.¹ Salah satu lembaga keuangan adalah bank pembiayaan rakyat syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah merupakan salah satu perpanjangan tangan dari lembaga keuangan syariah yang memiliki *core* kegiatan usaha pada pendanaan dan pembiayaan kepada sektor-sektor riil untuk mengangkat perekonomian masyarakat. Berdasarkan UU No.21 Tahun 2008 pasal 1 tentang ketentuan umum menyebutkan bahwa pengertian BPRS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.²

¹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2011).30-34

²Achmad Rifa'i, "*Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM*", HUMAN FALAH, (Universitas Gadjah Mada), Vol. 4. No. 2 Juli-Desember 2017. 201.

Perilaku nasabah yang selalu berubah dan banyak tuntutan, hal tersebut harus selalu menjadi perhatian oleh perbankan syariah baik mengenai kualitas produk, harga, lokasi maupun promosi.³ Karena sebagai nasabah mereka menginginkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah masing-masingnya.

Dalam mencapai suatu tujuan agar bisnis tersebut berjalan sesuai rencana yang sudah di rancang dan hasil yang di harapkan, maka tidak di pungkiri bahwa suatu usaha atau bisnis pastinya akan menggunakan suatu strategi untuk menjalankannya, karena mengingat jumlah bank di indonesia tidaklah sedikit. Keunggulan suatu perusahaan atau bank dari lawan (pesaingnya) dapat di timbulkan dari kecanggihan teknologi, atau dari jaringan distribusi yang dimiliki perusahaan atau bank tersebut.⁴

Keberhasilan suatu perusahaan mempertahankan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat dicapai hanya karena dua tindakan strategi, *pertama* dengan strategi bisnis yang mempertahankan keunggulan bersaingnya, kepuasan pelanggan dan tingkat loyalitas pelanggan, *kedua* dengan mengembangkan program pemasaran yang kreatif dan fleksibel, guna mempercepat dan mengejar peluang serta meningkatkan keuntungan.⁵

Suatu pemasaran produk yang ada diperbankan dalam setiap bank pastinya memiliki strategi untuk memperkenalkan produk yang dimiliki,

³Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta:PT . Raja Grafindo Persada, 2012). 255

⁴Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Depok: PT RajaGrafinndo Persada, 2017 Cet. Ke-3). 12

⁵*Ibid.* 23

strategi tersebut disebut strategi promosi.⁶ Strategi menawarkan produk perbankan kepada masyarakat dan kemudian bank mendapatkan keuntungan yang besarnya tergantung pada jenis produk yang diberikan.⁷

Promosi yang dilakukan harus dapat menarik perhatian dan minat calon nasabah untuk menggunakan produk tersebut.

Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya.

Menurut Scoot Robinette dalam Hurriyati yang menyatakan bahwa :

Terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung, semakin tinggi nilai yang dirasakan semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung. Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan. Konsumen dalam memutuskan untuk transaksi akan mempertimbangkan produk yang dimiliki perusahaan. Produk terdiri dari dua yaitu barang dan jasa.⁸

Dapat diartikan bahwa strategi sangat dibutuhkan ketika melakukan pendekatan terhadap nasabah, karena hal tersebut sangat dirasakan nasabah ketika memilih dan menggunakan produk perbankan syariah yang diminati.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur melakukan suatu promosi melalui suatu kerjasama dengan yayasan pendidikan, menawarkan

⁶Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009). 230

⁷Ismail, *Perbankan Syariah*, 2011. 44

⁸Muhammad Dwi Ari Susanto, dan Handoko Djoko Waluyo, *Pengaruh Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kec. Lasem*. Vol. 1 No. 1, (Semarang : Jurnal Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. 2012). 2.

langsung kepada calon nasabah, brosur, pamflet maupun sosialisasi lapangan. Dalam rangka meningkatkan informasi pemahaman masyarakat.⁹

Karena semakin banyaknya persaingan maka PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur melakukan pendekatan- pendekatan kepada calon nasabah untuk mempromosikan produk yang ada. Contoh pendekatan yang dilakukan secara langsung adalah dengan datang langsung ke kediaman calon nasabah seperti para petani dan pedagang pasar atau promosi melalui media elektronik seperti whatsapp, instagram, facebook maupun website dari PT. BPR Syariah Lampung Timur (banksyariahlampungtimur.co.id/)

Berikut ini tabel jumlah nasabah pembiayaan dan pendanaan PT. BPR Syariah Lampung Timur dari tahun 2018, 2019, dan 2020.

Tabel 1.1

Jumlah nasabah funding dan lending BPR Syariah Lampung Timur

TAHUN	2018	2019	2020
Nasabah funding	954 Nasabah	850 Nasabah	816 Nasabah
Nasabah Lending	2436 Nasabah	2716 Nasabah	3008 Nasabah

Sumber : PT. BPR Syariah Lampung Timur (Data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah antara jumlah nasabah pembiayaan dan nasabah pendanaan PT. BPR Syariah Lampung Timur, pada perbandingan tahun tersebut dalam pembiayaan

⁹Wawancara Dengan Bapak Putut Fan Yudi, Selaku Internal Audit PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur, Pada Tanggal 15 Desember 2020

jumlah nasabah mengalami penurunan, akan tetapi jika di bandingkan dengan bagian pendanaan jumlah nasabahnya mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut dapat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan nasabah terhadap PT. BPR Syariah Lampung Timur dan strategi yang dilakukan oleh pihak bank.

Dalam melakukan promosi tersebut pasti adanya suatu kendala maupun hambatan. Kendala dan hambatan yang dialami seperti, kurang percaya masyarakat akan produk yang ditawarkan dan kurang pemahaman tentang produk bank yang berbasis syariah. Strategi promosi adalah cara utama yang digunakan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur untuk meningkatkan minat masyarakat atau nasabah dalam menggunakan produk bank yang berprinsip syariah.¹⁰

Untuk mendapatkan nasabah dan mempertahankan nasabah suatu lembaga perbankan harus memiliki strategi-strategi dalam mempromosikan produknya. Promosi ini dapat dilakukan dalam bentuk pemberian tambahan pada jasa yang dilakukan oleh tenaga penjual, pemberian sponsorship pada suatu kegiatan, melaksanakan kegiatan sosial, pameran-pameran, pemberian uang tunai atau hadiah langsung dan sebagainya.

Bauran promosi sebagai media komunikasi pemasaran yang memiliki lima kegiatan utama, yaitu periklanan, penjualan secara personal, promosi penjualan, publisitas, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Dalam mempromosikan produk terdapat upaya strategi yang diperlukan adanya kiat-kiat khusus, sehingga bank dapat melakukan kegiatan operasionalnya dalam

¹⁰Wawancara Dengan Ibu Diah Ariani Selaku Account Officer PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur, Pada Tanggal 15 Desember 2020

melayani jasa keuangan masyarakat agar selalu berkembang dan bertahan dalam persaingan lembaga keuangan lainnya.¹¹

Berdasarkan uraian permasalahan diatas peneliti akan melakukan penelitian dengan judul penelitian “**Strategi promosi produk perbankan syariah, Studi kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur**”.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan di dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah strategi promosi produk perbankan syariah”?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang akan dicapai oleh peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi produk perbankan syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat, tidak hanya bagi peneliti tetapi juga pihak-pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat secara teoritis

Semoga dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah dan masyarakat akan mempercayakan lembaga keuangan syariah sebagai salah satu lembaga yang dapat

¹¹Abdul Mujib, *Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah*, Jurnal Perbankan Syariah. Vol. 1 No. 1 Mei 2016, ISSN: 2527-6344, 80.

membantu masyarakat sekitar, dan bagi pembaca semoga proposal ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian lanjutan.

2. Manfaat secara praktis

Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi kinerja dan pertimbangan dalam mengambil kebijakan dalam melakukan strategi promosi penawaran produk/jasa perbankan syariah bagi PT. BPR Syariah Lampung Timur agar selalu berkembang.

E. Penelitian Relevan

Penelitian relevan yaitu mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah di teliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Sama halnya dengan tinjauan pustaka (*prior research*) berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji.¹² Disini peneliti menunjukkan dan mengemukakan tentang bebrapa hasil penelitian, diantaranya yaitu:

¹²Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa* (Metro:IAIN Metro Tahun 2018), 52.

Tabel 1.3.

Penelitian Relevan

Peneliti, judul dan tahun penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan fokus penelitian	Persamaan penelitian
Sabaria, Strategi Promosi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kendari, 2018	strategi promosi yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan mudharabah melalui media periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi.	Lokasi penelitian, peneliti terfokus kepada strategi promosi produk perbankan syariah yang akan di tawarkan kepada calon nasabah.	Ingin mengetahui strategi promosi yang di gunakan oleh perbankan syariah.
Herwan Eko Saputro, Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Mentari Simbarwaringin, 2018	Promosi yang dilakukan oleh BMT Mentari Simbarwaringin dalam peningkatan jumlah nasabah adalah berupa sosialisasi, pemahaman nasabah terhadap produk-produk BMT Mentari Simbarwaringin, dan pemasaran secara langsung tanpa adanya pihak perantara. Oleh karena itu peningkatan		

Peneliti, judul dan tahun penelitian	Hasil penelitian	Perbedaan fokus penelitian	Persamaan penelitian
	jumlah nasabah dari tahun 2016 hingga 2017 berjumlah 1123 orang/nasabah naik sebesar 26,6% yang berarti meningkat secara signifikan.		
Ruzayanti Ade Agustiani, Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Di PT. Bank Syariah Kotabumi (Masyarakat Lingkungan 10 Tanjung Balam), 2019	Proses pelaksanaan mempromosikan produk tabungan dilakukan dengan berbagai strategi yang sudah digunakan mulai dari awal berdiri hingga saat ini sudah membuat PT. Bank Syariah Kotabumi dikenal dan diketahui masyarakat serta mendapat kepercayaan dari masyarakat khususnya masyarakat Lampung Utara.		

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Promosi

1. Definisi Strategi

Strategi ialah prioritas atau keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi, strategi ialah pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi. Dalam setiap kasus, organisasi-organisasi itu telah membuat pilihan diantara pilihan yang bersaing tentang bagaimana cara terbaik untuk mengejar misinya.¹ Dalam hubungan ini pada dasarnya suatu perusahaan memiliki caranya tersendiri dalam menawarkan produk yang dimiliki agar dapat menarik perhatian calon nasabah.

Menurut Jack Trout merumuskan bahwa :

Inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen. Menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana dikepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik”.²

Dikuatkan lagi dalam sebuah kutipan buku:

Strategi adalah suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut. Dengan penekanan upaya kerja sama itu, maka strategi haruslah dapat menggambarkan arah keputusan yang tepat, dan hal ini penting sebagai dasar arah pencapaian suatu maksud dan tujuan organisasi.”³

¹Michael Alison, Jude Kaye, *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Nirlaba: Pedoman Praktis dan Buku Kerja* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014), 3-4

²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah, Cet. I*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2010), 29

³Sofjan Assauri. *Strategic Management*. (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2016), 3-4

Dapat disimpulkan bahwa strategi diartikan sebagai kemampuan untuk memilih arah atau dorongan secara keseluruhan untuk mempertahankan dan mencapai posisi keunggulan bersaing. Selain itu, strategi merupakan kemampuan memilih alternatif dalam melaksanakan kegiatan produksi barang atau jasa dimana proses kegiatan ini ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Adapun Fungsi dari strategi pada dasarnya adalah beru
paya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif.⁴ Untuk itu terdapat enam fungsi dapat diimplementasikan secara silmutan.18 yaitu:

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan mengarahkan kegiatan atau aktivitas organisasi kedepan.

⁴Sofjan Assauri, *Strategi Management*, (Jakarta: PT Grafindo Perseda, 2016), 7.

f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan hari yang dihadapi sepanjang waktu.⁵

2. Definisi Promosi

Promosi adalah komunikasi yang persuasif, mengajak, mendesak, membujuk, meyakinkan. Ciri komunikasi persuasif (komunikasi) adalah ada komunikator yang secara terencana mengatur berita dan cara penyampaiannya untuk mendapatkan akibat tertentu dalam sikap dan tingkah laku sipenerima (target pendengar).

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah untuk memperoleh perhatian, memdidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.⁶ Menurut pendapat Muslich dijelaskan bahwasanya pada prinsip Islam mempromosikan suatu barang diperbolehkan. Hanya saja dalam promosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan.⁷

3. Tujuan Promosi

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

⁵Ernie Trisnawati, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2005), 135

⁶Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung : ALFABETA, 2009). 179

⁷Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ekonomi, 2014), 18-19

pendapatannya. Promosi bukan saja meningkatkan penjualan tapi juga dapat menstabilkan produksi.⁸

Secara garis besar tujuan promosi dapat dibagi menjadi 2, yaitu tujuan jangka panjang (misalnya: membangun nama baik perusahaan, mendidik konsumen, dan menciptakan reputasi tinggi dari suatu produk) dan tujuan jangka pendek (misalnya: menaikkan penjualan, mengumumkan lokasi agen dan mengumumkan perubahan atau penyempurnaan produk).

- a. Karena ada banyak hal mengenai perusahaan kita yang sebaiknya diketahui oleh pihak luar
- b. Karena kita ingin meningkatkan penjualan
- c. Karena kita ingin agar perusahaan dikenal sebagai perusahaan yang baik atau bonafid.
- d. Karena kita ingin mengetengahkan segi kelebihan perusahaan atau produk jasa kita terhadap saingan.

Suatu promosi juga merupakan sarana untuk memberikan informasi dan mempengaruhi pasar bagi produk yang dihasilkan sebuah perusahaan, juga dapat disebut sebagai usaha yang bertujuan untuk meningkatkan nasabah dan pendapatan perusahaan.

Setiap perusahaan berusaha untuk dapat mencapai tingkat penjualan yang optimal sesuai dengan yang diharapkan. Perusahaan mengharapkan kegiatan promosi yang dapat memberi pengaruh terhadap tingkat

⁸*Ibid*, 181.

penjualan suatu produk, seluruh kegiatan promosi yang dilakukan adalah untuk meningkatkan tujuan perusahaan dan secara umum tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.⁹

Adapun promosi yang di selenggarakan oleh bank, bertujuan untuk:

- a. Memperkenalkan dan menjual jasa-jasa dan produk yang dihasilkan
- b. Agar bank dapat menghadapi saingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks
- c. Menjual goodwill image dan idea yang baik tentang bank bersangkutan.

Salah satu hal yang perlu dimiliki oleh perbankan agar promosi tersebut efektif adalah harus mampu melakukan komunikasi yang efektif.¹⁰

4. Macam-Macam Promosi

a. Periklanan

Periklanan adalah kegiatan penawaran kepada masyarakat maupun suatu kelompok baik secara langsung lisan maupun dengan penglihatan berupa berita tentang suatu produk, jasa atau ide. Kegiatan periklanan berarti kegiatan menyebar luaskan berita (informasi) kepada konsumen atau masyarakat melalui koran, poster, radio, brosur maupun pamflet.

Adapun fungsi dari periklanan adalah :

1) Memberikan informasi

⁹M. Nur Rianto Al Arief, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 171.

¹⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (New Jersey: Prentice Hall, 2000), 552.

- 2) Membujuk atau mempengaruhi
- 3) Menciptakan kesan
- 4) Memuaskan keinginan
- 5) Sebagai alat komunikasi.¹¹

Dapat diartikan bahwa iklan adalah kegiatan melakukan promosi dengan membayar suatu media yang menampilkan iklan tersebut

b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Merupakan komunikasi persuasif seseorang individual kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (penjualan). Dalam operasinya, personal selling lebih fleksibel karena tenaga-tenaga penjual tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen, dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian keperluannya.¹²

Dapat diartikan penjualan pribadi adalah penjualan yang dilakukan secara tatap muka langsung antara penjual dan calon pembeli, agar dapat membentuk suatu pemahaman pelanggan tentang produk yang dibutuhkan dan kemudian akan mencoba dan membelinya.

¹¹M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Bumi Aksara Jakarta: Jakarta 2014), 95-96.

¹²*Ibid.*, 95-96

c. *Publisitas (Publication)*

Sejumlah informasi tentang seseorang, barang organisasi atau perusahaan yang disebarluaskan ke masyarakat dengan cara membuat berita yang mempunyai arti komersial atau berupa penyajian-penyajian yang lain yang bersifat positif.¹³

Jadi publisitas ini adalah ketika sebuah perusahaan atau perbankan melakukan suatu event (pameran atau kegiatan sosial) untuk memancing perhatian masyarakat dan memancing media untuk meliput kegiatan yang dilakukan tanpa secara langsung mengiklankan atau mempromosikan perusahaan atau perbankan tersebut atas kesadaran masing-masing pihak tanpa menghilangkan cara pandang dan citra pemikiran masyarakat terhadap perusahaan tetap menjadi positif.

d. *Promosi Penjualan (Sales Promotion)*

Sales yang dilakukan dengan peragaan, pertunjukan, dan pameran, ada beberapa macam metode sales promotion yang ditunjukkan kepada konsumen:

- 1) Pemberian contoh barang
- 2) Kupon Hadiah (jam dinding, kalender, payung)
- 3) Undian
- 4) Peragaan.¹⁴

¹³*Ibid.*, 98

¹⁴*Ibid.*, 99

Setiap kegiatan yang tidak bersifat bertatap muka yang berkenaan dengan promosi penjualan, namun kerap kali diartikan juga mencakup iklan. Tujuan penggunaan sales promotion yaitu:

- 1) Menarik nasabah baru
- 2) Memberi hadiah kepada nasabah lama
- 3) Mencegah nasabah lari ke bank lain
- 4) Meningkatkan loyalitas nasabah
- 5) Meningkatkan volume nasabah¹⁵

Jadi, sales promotion adalah memberi ajakan kepada calon nasabah agar tertarik atau minat untuk mengenal dan membeli suatu produk

e. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan masyarakat adalah menyangkut sejumlah usaha berkomunikasi untuk mendukung sikap dan opini publik terhadap organisasi serta produknya. Bentuk promosi tidak secara spesifik menyampaikan berita mengenai penjualan produk perbankan. Usaha promosi dalam hal ini lebih seolah-olah menyampaikan berita daripada melaksanakan komunikasi penjualan secara langsung kepada nasabah.¹⁶

Strategi promosi adalah suatu rencana untuk penggunaan yang optimal atas sejumlah elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Para manager

¹⁵*Ibid.*,

¹⁶Bukhari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung : Alfabeta, 2013), 205

pemasaran menentukan tujuan dari strategi promosi penjualan dari sudut tujuan keseluruhan perusahaan bagi bauran pemasaran: produk, tempat (distribusi), promosi dan harga. Dengan menggunakan tujuan secara keseluruhan, para pemasar menggabungkan elemen-elemen dari strategi

promosi (bauran promosi) dalam rencana yang terkoordinasi. Rencana promosi kemudian menjadi sebuah bagian yang terintegrasi dari strategi pemasaran untuk menjangkau target pasar.

Fungsi utama dari strategi promosi bagi para pemasar adalah meyakinkan target pelanggan bahwa barang dan jasa yang ditawarkan tersebut memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan pesaing.¹⁷

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur melakukan suatu promosi melalui suatu kerjasama dengan yayasan pendidikan, menawarkan langsung kepada calon nasabah, brosur, pamflet maupun sosialisasi lapangan. Dalam rangka meningkatkan informasi pemahaman masyarakat.

Karena semakin banyaknya persaingan maka PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur melakukan pendekatan-pendekatan kepada calon nasabah untuk mempromosikan produk yang ada. Contoh pendekatan yang dilakukan secara langsung adalah dengan datang langsung ke kediaman calon nasabah seperti para petani dan pedagang pasar atau promosi melalui media elektronik seperti

¹⁷M. Nur Rianto Al Arief, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 42.

whatsapp, instagram, facebook maupun website dari PT. BPR Syariah Lampung Timur (banksyariahlampungtimur.co.id/)

B. Produk Perbankan Syariah

1. Pengertian Produk Perbankan Syariah

Menurut UU No. 10 tahun 1998 mengenai pengertian perbankan adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.

Disamping bank konvensional, saat ini sudah berdiri bank syariah, bank yang cukup mengalami kemajuan dan mendapat sambutan masyarakat. Bank syariah ini menjalankan usahanya atas prinsip islam, dengan sistem bagi hasil. Tentu segmen pasar yang menjadi target bank syariah ini adalah pemeluk agama islam, agar tidak ada lagi keraguan dengan sistem bunga yang termasuk kedalam unsur riba atau tidak.¹⁸ Belakangan ini para ekonomi muslim telah mencurahkan perhatian besar guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika islam,¹⁹

¹⁸Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 24.

¹⁹Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*, (Surabaya:CV. jakad Media Publishing,2020), 11

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

“Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba,. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba “(QS. Al-Baqarah (2): 275)²⁰

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dalam dunia perbankan produk yang dimaksud adalah produk yang dapat memberikan manfaat kepada nasabah dalam kegiatan penghimpunan dana maupun penyaluran dana.

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa produk tersebut adalah suatu produk yang tidak berwujud, cepat hilang, hanya dapat dirasakan. Dengan demikian pertumbuhan atau perkembangan produk akan sangat tergantung dari penilaian nasabah.²¹

2. Produk Perbankan Syariah

Secara umum, bank adalah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan memberikan jasa. Berikut adalah produk serta jasa perbankan syariah yang dapat di nikmati dan dimanfaatkan oleh masyarakat umum diantaranya adalah:

²⁰QS. Al-Baqarah (2): 275

²¹Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*, 12.

a) Produk Penghimpunan Dana (funding)²²

Berbagai produk Penghimpunan dana meliputi:

- 1) Simpanan (tabungan);
- 2) Investasi (tabungan, deposito);
- 3) Pinjaman/pembiayaan yang diterima; dan
- 4) Kegiatan penghimpunan dana lainnya yang lazim dilakukan oleh BPRS sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dan Prinsip Syariah.

Penempatan dana dalam bentuk:

- a) Giro, deposito, sertifikat deposito syariah dan/atau tabungan pada bank umum syariah dan unit usaha syariah;
- b) Deposito dan/atau tabungan pada BPRS; dan
- c) Giro dan/atau tabungan pada bank umum konvensional untuk kepentingan transfer dana bagi BPRS dan nasabah BPRS.²³

Melakukan kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat dengan menggunakan akad wadi'ah, dan akad mudharabah.

1) Tabungan syariah

Simpanan yang penarikannya emmlalui bebrapa ketentuan yang sudah djelaskan oleh pihak bank pada nasabah. Ciri khas tabungan syariah adalah menerapkan akad wadi'ah, yang artinya tabungan yang kita simpan tidak mendapatkan keuntungan karena

²²M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,34.

²³Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 37 “tentang produk dan aktivitas bank pebiayaan rakyat syariah”, 1-3

Cuma dititipkan, tidak ada bunga diterima oleh nasabah, kan tetapi bank memberikan hadiah atau bonus kepada nasabah berupa fee.

2) Deposito syariah

Deposito banyak dipilih masyarakat untuk berinvestasi. Keuntungan yang didapatkan juga lebih tinggi dari tabungan biasa. Deposito adalah produk simpanan di bank yang penyetorannya maupun penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu saja, karena bank membutuhkan waktu untuk melakukan investasi.

Deposito syariah menggunakan akad mudharabah artinya tabungan dengan sistem bagi hasil (nisbah) antara bank dan nasabah. Keuntungan deposito dengan akad mudharabah ini biasanya memakai perbandingan 60 : 40 untuk nasabah dan bank. Makin besar keuntungan yang didapat oleh bank, maka semakin besar pula keuntungan yang di dapat oleh nasabah, demikian juga jika keuntungan yang diperoleh bank sedikit, maka nasabah juga akan mendapatkan keuntungan yang sedikit. Dengan kata lain keuntungan muncul bersama dengan resiko.

3) Giro syariah

Simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya atau dengan pemindahbukuan. Giro syariah adalah giro yang

dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan syariah adalah giro berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Akad mudharabah pada giro syariah adalah akad kerjasama antara nasabah sebagai penyimpn dana (shahibul m aal) sedangkan bank syariah sebagai pihak yang mengelola dana (mudharib).

Sedangkan akad giro wadi'ah adalah akad titipan dana dari nasabah kepada bank syariah, dimana bank syariah dapat mengelola dana tersebut tanpa harus memberikan imbalan kepada nasabah jika mendapatkan keuntungan. Dalam prakteknya sebagian besar bank syariah menggunakan akad wadi'ah pada produk giro. Sebab kebutuhan nasabah membuat giro adalah untuk kelancaran dan kemudahan dalam bertransaksi, bukan untuk mencari keuntungan. Sedangkan akad mudharabah biasanya hanya digunakan untuk akad investasi mencari keuntungan.²⁴

b) Produk penyaluran dana / Pembiayaan (lending)

Penyaluran dana, Kegiatan penyaluran dana meliputi:

- 1) Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah, musyarakah, musyarakah mutanaqisah), prinsip sewa-menyewa (ijarah, ijarah muntahiya bittamlik, multijasa),

²⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,36

prinsip jual beli (murabahah, istishna', salam), dan prinsip pinjam-meminjam (qardh)

- 2) Pembiayaan ulang (refinancing);
- 3) Pengalihan utang atau pembiayaan; dan
- 4) Kegiatan penyaluran dana lainnya yang lazim dilakukan oleh BPRS sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dan prinsip syariah.²⁵

Melakukan kegiatan penyaluran dana berupa pembiayaan dengan menggunakan, antara lain:

- 1) Akad Mudharabah

Kerjasama antara dua atau lebih pihak, pengelola modal atau (shahibul mal) mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola (mudharib) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan.

- 2) Akad Musyarakah

Akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

²⁵Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 37 “tentang produk dan aktivitas bank pembiayaan rakyat syariah”, 1-3

3) Akad Murabahah

Jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati

4) Akad Salam

Pembelian barang yang diserahkan dikemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan pada saat awal transaksi dilakukan.

5) Akad Istishna'

Kontrak penjualan antara penjual pembeli dan pembuat barang

6) Akad Ijarah

Akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, diikuti dengan opsi kepemindahan kepemilikan atas barang itu di akhir masa kontrak.

7) Akad Ijarah Muntahiyah Bittamlik

Pemindahan hak guna atas barang dan jasa melalui pembayaran upah sewa, diikuti dengan opsi kepemindahan kepemilikan atas barang itu diakhir masa kontrak.

8) Akad Qardh

Pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

b. Produk Jasa

Bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan.

Melakukan kegiatan pelayanan jasa dengan menggunakan, antara lain:

1) Akad Kafalah

Jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung

2) Akad Hawalah

Pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.

3) Akad Wakalah

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat.

4) Akad Rahn

Menahan salah satu harta milik sipeminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.

5) Akad Sharf adalah jual beli valuta asing.²⁶

Kegiatan lainnya Kegiatan lainnya meliputi:

1) Kegiatan sebagai penyelenggara dan agen layanan keuangan tanpa kantor dalam rangka keuangan inklusif (Laku Pandai);

²⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 58

- 2) Penyediaan layanan electronic banking berupa phone banking, SMS banking, mobile banking, internet banking;
- 3) Layanan pembayaran gaji karyawan secara massal (payroll);
- 4) Kegiatan kerjasama dalam rangka transfer dana yang terbatas pada penerimaan atas pengiriman uang dari luar negeri;
- 5) Kegiatan sebagai penerbit kartu Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan/atau kartu debit;
- 6) Kegiatan sebagai penerbit uang elektronik (electronic money) dan kegiatan pemasaran uang elektronik milik lembaga penerbit;
- 7) Pemindahan baik untuk kepentingan sendiri maupun kepentingan nasabah melalui rekening BPRS di bank umum syariah atau unit usaha syariah;
- 8) Safe Deposit Box (SDB);
- 9) Kegiatan kerja sama dengan perusahaan asuransi untuk mereferensikan produk asuransi syariah kepada nasabah yang terkait dengan Produk BPRS;
- 10) Menerima titipan dana dalam rangka pelayanan jasa pembayaran tagihan seperti pembayaran tagihan listrik, telepon, air, dan pajak; dan

- 11) Kegiatan lainnya yang lazim dilakukan oleh BPRS sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan dan Prinsip Syariah.²⁷

C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

1. Defisini Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Berdasarkan UU No.21 Tahun 2008 pasal 1 tentang ketentuan umum menyebutkan bahwa pengertian BPRS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.²⁸

Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Fungsi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pada umumnya terbatas pada hanya penghimpunan dana dan penyaluran dana.

a) Penghimpunan dana masyarakat

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menghimpun dana masyarakat dengan menawarkan produk tabungan (*wadiah*, *mudharabah*, dan deposito *mudharabah*). BPR Syariah akan membayar bonus atau bagi hasil atas dana simpanan dan investasi nasabah. Besarnya bonus diberikan kepada nasabah sesuai

²⁷Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 37 “tentang produk dan aktivitas bank pembiayaan rakyat syariah”, 1-3.

²⁸Achmad Rifa’i, “Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM”, HUMAN FALAH, (Universitas Gadjah Mada), Vol. 4. No. 2 Juli-Desember 2017. 201.

dengan kemampuan bank dan bagi hasil yang diberikan sesuai dengan kesepakatan antara BPR Syariah dan nasabah.

b) Penyaluran dana kepada masyarakat

BPR Syariah menyalurkan dananya dalam bentuk pembiayaan dana penempatan pada bank syariah lain atau BPR Syariah lainnya. Dari aktivitas penyaluran dana ini BPR Syariah memperoleh pendapatan dalam bentuk margin keuntungan yang berasal dari pembiayaan dengan akad jual beli atau pendapatan bagi hasil yang diperoleh dari pembiayaan kerja sama usaha.

BPR Syariah tidak melaksanakan transaksi lalu lintas pembayaran, oleh karena itu BPR Syariah tidak diperbolehkan menawarkan produk giro *wadiah*.²⁹

2. Tujuan Bank Pembiayaan Rakyat syariah

Tujuan mendirikan BPR Syariah adalah selain untuk menghindari praktik riba dan jenis transaksi yang diharamkan lainnya, juga untuk mengamalkan prinsip syariah dalam perbankan. Diharapkan lembaga perbankan dapat memberikan kemaslahatan bagi masyarakat, terutama dalam kehidupan ekonomi sebagai berikut:

- a) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat, terutama masyarakat golongan ekonomi lemah yang pada umumnya berada dipedesaan
- b) Menambah lapangan kerja terutama di tingkat kecamatan, sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi

²⁹Ismail, *Perbankan Syariah*, (Kencana:Jakarta 2016), 54-55

- c) Membina ukhuwah islamiah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka meningkatkan pendapatan per kapita menuju kualitas hidup yang memadai.³⁰

3. Karakteristik Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Dalam aktivitas operasional perbankan berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008, bank pembiayaan rakyat syariah dilarang :

- a) Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah
- b) Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran.
- c) Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran uang asing dengan izin bank Indonesia
- d) Melakukan kegiatan usaha perasuransian, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah
- e) Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas bank pembiayaan rakyat syariah
- f) Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha yang telah diatur dalam undang-undang.³¹

³⁰Burhanuddin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*. 181-182

³¹Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, Cet. 1, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 200

4. Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Adapun kegiatan usaha pada Bank Perkreditan Rakyat adalah prinsip kegiatan usaha yang dilakukan oleh BPR menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang mengatur segala jenis bank dan usaha di Indonesia:

- a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan, seperti deposito berjangka, tabungan, dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit kepada nasabah
- c. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh bank Indonesia.
- d. Menaruh dana dalam bentuk sertifikat deposito, sertifikat BI, sertifikat deposito berjangka.

Sedangkan kegiatan usaha dari BPR Syariah hampir sama dengan kegiatan dari Bank Umum Syariah yaitu berupa penghimpunan dana, penyaluran dana dan kegiatan dibidang jasa. Yang membedakan adalah bahwa BPR Syariah tidak diperkenankan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, misalnya ikut dalam kegiatan kliring, inkaso dan menerbitkan giro.³²

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPR Syari'ah versi Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah

³²Khotibul Umam, *Trend Pembentukan Bank Umumsyariah Pasca Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Konsep, Regulasi Dan Implemntasi*, (Yogyakarta: BPFE, 2009), 41

diatur dalam Pasal 21, yaitu bahwa kegiatan usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah meliputi:

- a) Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
 - (1) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syari'ah.
 - (2) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad m
 - (3) Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syari'ah
- b) Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
 - (1) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudharabah atau musyarakah.
 - (2) Pembiayaan berdasarkan akad murabahah, salam, atau istishna'.
 - (3) Pembiayaan berdasarkan akad qardh.
 - (4) Pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik; dan
 - (5) Pengambilalihan utang berdasarkan akad hawalah.
- c) Menempatkan dana pada Bank Syari'ah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi berdasarkan akad

mudharabah dan atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip Syari'ah.

- d) Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah yang ada di Bank Umum Syari'ah, Bank Umum Konvensional dan UUS.
- e) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha Bank Syari'ah lainnya yang sesuai dengan prinsip Syari'ah berdasarkan persetujuan Bank Indonesia.

Kegiatan usaha BPR Syari'ah secara teknis operasional berkaitan dengan produk-produknya berdasarkan pada Pasal 2 dan Pasal 3 PBI No. 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip Syari'ah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syari'ah sebagaimana telah diubah dengan PBI No. 10/16/PBI/2008. Lebih teknis lagi mengacu SEBINO.10/14/DPbS Jakarta, 17 Maret 2008 perihal pelaksanaan prinsip dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syari'ah.

Perlu ditekankan disini bahwa setiap pihak dilarang melakukan kegiatan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan atau investasi berdasarkan prinsip Syari'ah tanpa izin terlebih dahulu dari Bank Indonesia, kecuali diatur dalam undang-undang lain. Dengan demikian untuk dapat melakukan kegiatan-kegiatan sebagaimana dimaksud di atas

secara contrario dapat ditafsirkan harus ada izin terlebih dahulu dari Bank Indonesia.³³

³³*Ibid.*, 55

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis penelitian

Berdasarkan jenisnya penelitian ini termasuk penelitian lapangan. Yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau dilokasi penelitian. Suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk mengamati gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan untuk penyusunan laporan ilmiah.¹

Pada penelitian ini peneliti akan memaparkan data hasil penelitiannya yang diperoleh di lapangan yaitu dari PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Berdasarkan sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif, penelitian deskriptif yaitu suatu penelitian yang bermaksud mengadakan pemeriksaan dan pengukuran terhadap gejala-gejala tertentu.²Karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian yang dimaksud bertujuan untuk mengetahui strategi promosi produk pada PT. BPR Syariah Lampung Timur.

¹Abdurahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*,(Jakarta: Rineka Cipta, 2011), 96.

²Abdurahman Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*., 97.

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek tempat peneliti menggali dan mendapatkan data. Untuk sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua macam sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer

Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.³ Untuk memperoleh data primer ini peneliti melakukan wawancara langsung kepada pihak PT. BPR Syariah Lampung Timur. Dengan Bapak Putut Fan Yudi selaku Internal Audit, dan Ibu Diah Ariani selaku Account Officer.

2. Sumber data sekunder

Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, ataupun lewat dokumen.⁴ Sumber data ini di peroleh dari sumber peneliti dengan mempelajari referensi yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dan data penunjang yang berkaitan berupa penelitian terdahulu, jurnal, artikel, buku dan brosur- brosur produk jasa BPR Syariah Lampung Timur,

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data tanpa

³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), 193

⁴*Ibid.*, 225

mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapat data yang memenuhi standar data yang di tetapkan.⁵

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik antara lain:

1. Wawancara (interview)

Wawancara yaitu suatu pertemuan antara dua pihak untuk bertukar sebuah informasi dan ide melalui tanya jawab yang dilakukan dengan bertatap muka langsung antara pihak pewawancara dengan pihak yang diwawancarai.⁶ Sehingga peneliti dapat memahami bahwa metode wawancara adalah cara seseorang untuk mendapatkan informasi dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada pihak yang berkaitan.

Salah satu jenis wawancara yaitu wawancara semi-struktur, dalam pelaksanaan wawancara semi terstruktur ini lebih bebas dan fleksibel bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur, karena peneliti diberikan kebebasan dalam bertanya dan jawaban yang diberikan oleh subjek tidak dibatasi sehingga subjek dapat lebih bebas dalam memberikan jawaban selama tidak keluar dari konteks permasalahan yang dibahas.⁷

Dalam penelitian ini jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur, dimana peneliti menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan kepada pihak PT. BPR

⁵*Ibid*, 224

⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 231

⁷Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 63.

Syariah Lampung Timur, guna mengetahui Strategi promosi yang ditawarkan kepada calon nasabah agar menggunakan jasa perbankan syariah. Karena dalam wawancara tak terstruktur ini peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh, wawancara bisa dilakukan dengan cara *face to face* maupun melalui pesawat telepon (whatsapp).

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar dan karya-karya yang mengandung keterangan dan penjelasan tentang kejadian yang sesuai dengan masalah penelitian.

Metode atau teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan, dokumen digunakan dalam memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian. Dokumen-dokumen yang telah dikumpulkan akan membantu peneliti dalam memahami apa yang terjadi di lokasi penelitian dan membantu dalam pengumpulan data.⁸

Teknik dokumen ini menggunakan catatan yang dimiliki oleh PT. BPR Syariah Lampung Timur, berupa profil bank, struktur organisasi, visi dan misi

⁸Affifudin Dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Kualitatif, Cet Ke:3*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), 141

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari data yang diperoleh dari hasil wawancara, dokumentasi, dan bahan-bahan lain yang disusun secara sistematis, atau proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan, sehingga mudah dipahami dan hasil penelitiannya dapat diinformasikan kepada orang lain.⁹

Teknik analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Disajikan dalam uraian yang sesuai dengan hasil penelitian kemudian disusun secara teratur. Data awal yang disajikan dalam bentuk gambaran, kemudian di analisis dan berakhir dengan menarik sebuah kesimpulan. Dalam analisis data ini yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian baik data dari hasil wawancara, pengamatan maupun dokumentasi.¹⁰

Dalam teknik penganalisan data peneliti menggunakan data primer dan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis data secara induktif. Data awal berasal dari informasi tentang strategi promosi produk perbankan syariah, Studi kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur, yang kemudian dapat diketahui masalah yang terjadi serta dapat mencari cari menyelesaikannya lalu dapat ditarik sebuah kesimpulan akhir.

⁹W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT Grasindo, 2005), 239.

¹⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 9-10.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lampung Timur merupakan bentuk investasi penanaman modal oleh pemerintah Kabupaten Lampung Timur dalam bentuk badan usaha milik daerah di bidang perbankan . PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur diresmikan oleh Bapak Satono,S.H dengan asset sebesar Rp 8.000.000.000. PT BPRS Lampung Timur diatur dalam POJK No.03/POJK.03/2016 tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah bahwa dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi nasional secara berkesinambungan dan dapat melayani berbagai lapisan masyarakat akan jasa perbankan diperlukan industri perbankan yang kuat dan berdaya saing.

PT. BPR Syariah Lampung Timur memiliki peran penting dalam membangun dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Oleh karena itu, partisipasi dari seluruh elemen negara sangat diperlukan baik dari pemerintah, masyarakat dan lembaga keuangan.

Untuk menunjang perekonomian daerah PT BPR Syariah Lampung Timur berada di jalan Lintas Timur, Labuhan Ratu Satu, Way Jepara, Kabupaten Lampung Timur, Lampung 34396 dihadirkan

sebagai wujud perkembangan aspirasi masyarakat yang menginginkan kegiatan perekonomian terus berkembang dan dapat memenuhi dalam kebutuhan financial.

PT. BPR Syariah Lampung Timur juga dapat mendukung dan membantu masyarakat dalam mengatasi permasalahan kebutuhan dan permodalan. Perkembangan PT. BPR Syariah Lampung Timur dari tahun ketahun terus meningkat. Hal ini membuktikan meskipun bank ini berlandaskan hukum Syariah Islam, sama sekali tidak menurunkan kualitas dari PT. BPR Syariah Lampung Timur.

PT. BPR Syariah Lampung Timur mulai beroperasi pada 30 Juli 2009 ini telah menjadi mitra yang baik bagi masyarakat Lampung Timur dan sekitarnya sehingga PT. BPR Syariah Lampung Timur telah menunjukkan kepedulianya untuk ikut membangun perekonomian masyarakat Lampung Timur menjadi masyarakat yang lebih baik. Hal ini sesuai dengan visi “membangun umat menuju kemaslahatan”.¹

Hingga saat ini PT. BPR Syariah Lampung Timur telah menunjukkan keberhasilannya menjadi bagian dari bank pembiayaan. Keberhasilan ini dilihat dari kepercayaan nasabah memilih PT. BPR Syariah Lampung Timur sebagai pilihan yang tepat. Bahkan PT. BPR Syariah Lampung Timur telah mendapat penghargaan INFO BANK

¹<https://banksyariahlampungtimur.co.id/>, diakses pada 21 Desember 2021, pukul 10.00 WIB

dan TOP BUMD pada tahun 2018 hal ini semakin menunjukkan eksistensinya di bidang perbankan.

PT. BPR Syariah Lampung Timur bekerjasama dengan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) yang berfungsi sebagai penjamin simpanan nasabah serta turut aktif dalam memelihara stabilitas sistem perbankan sesuai dengan kewenangannya.

Manajemen finansial yang lebih aman dengan sistem bagi hasil dimana keuntungan dan kerugian di tanggung bersama-sama sehingga masyarakat tidak merasa dirugikan. Untuk menciptakan kenyamanan dan kepercayaan nasabah prinsip kehati-hatian sangat diterapkan pada PT. BPR Syariah Lampung Timur untuk mengantisipasi risiko-risiko yang akan terjadi.²

2. Visi Dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

a. Visi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

Menjadi badan usaha milik daerah yang profesional, memiliki daya saing yang kompeten serta mampu memberikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah kabupaten lampung timur dengan semboyan “*Membangun umat menuju maslahat*”.

b. Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

- 1) Menumbuh kembangkan serta mendorong kegiatan usaha dan bisnis segala sektor ekonomi yang berbasis ekonomi syariah dalam menggerakkan roda perekonomian di wilayah

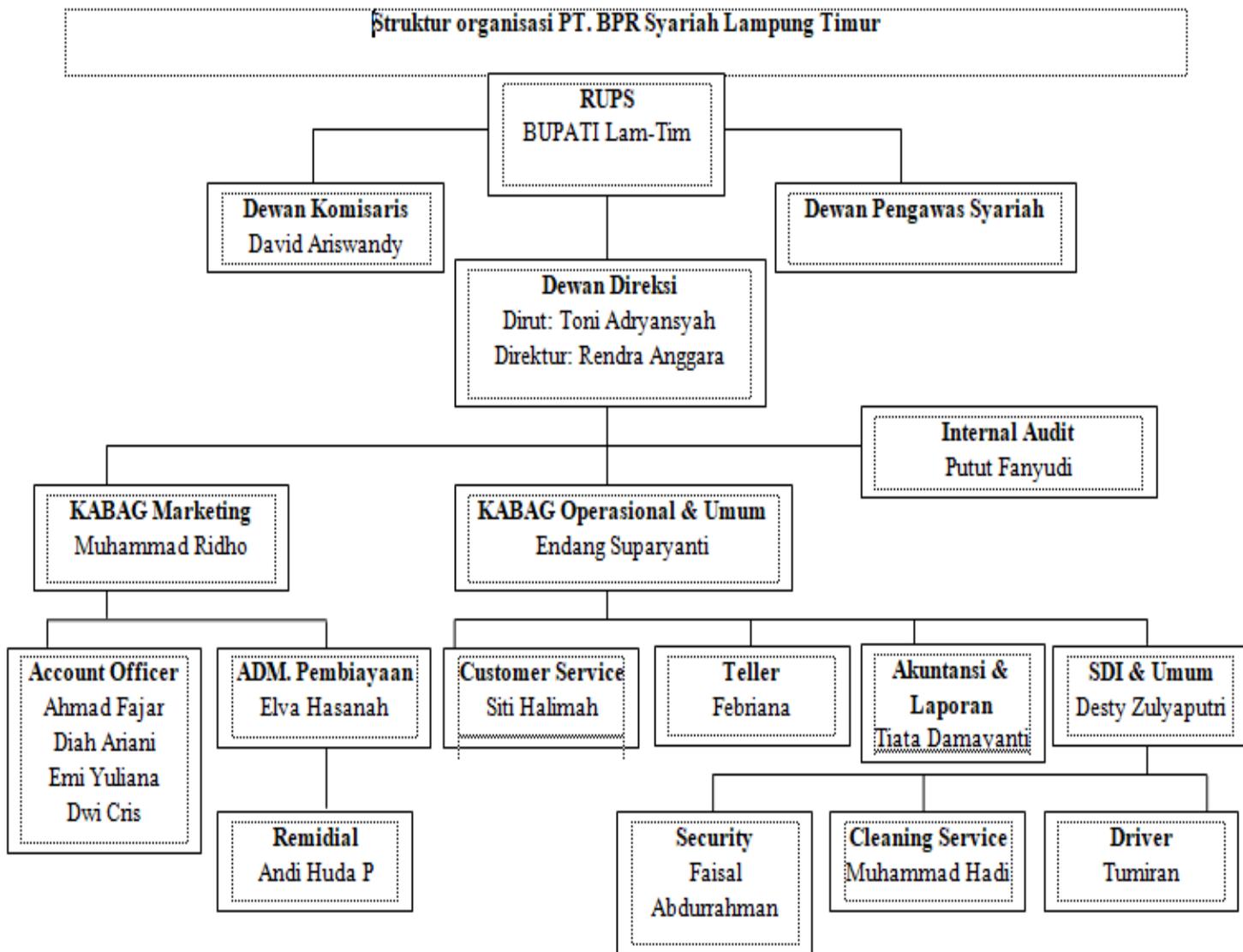
²*Ibid.*,

kabupaten lampung timur pada khususnya dan wilayah lampung pada umumnya,

- 2) Konsisten dalam menjalankan usaha sebagai lembaga keuangan perbankan yang berpedoman pada prinsip kehati-hatian (prudentian banking), transparan, tertib azas dan prosedur serta compliance terhadap peraturan - peraturan bank indonesia (PBI) atau otoritas jasa keuangan (POJK) dan fatwa dewan syariah nasional.
- 3) Mensyiarkan ekonomi islam kepada masyarakat kabupaten lampung timur pada khususnya dan masyarakat lampung pada umumnya.³

³<https://banksyariahlampungtimur.co.id/>, diakses pada 21 Desember 2021, pukul 19.30 WIB

3. Struktur Organisasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur



Garmbar 4.1 Struktur Organisasi PT. BPR Syariah Lampung Timur

Penjelasan mengenai struktur di atas:

a) Direktur Utama

Direktur utama adalah seseorang yang berwenang merumuskan dan menetapkan suatu kebijaksanaan dan program umum perusahaan atau organisasi sesuai dengan batas wewenang yang diberikan oleh suatu badan pengurus atau badan pimpinan yang dapat diartikan seperti Dewan Komisaris.

Direktur utama merupakan fungsi jabatan tertinggi dalam sebuah perusahaan atau PT (Perseroan Terbatas), yang secara garis besar bertanggung jawab mengatur perusahaan secara keseluruhan. Tugas Direktur utama sebagai koordinator, komunikator, pengambil keputusan, pemimpin, dan pengelola dalam menjalankan perusahaan PT (Perseroan Terbatas).

b) Internal Audit

Internal audit merupakan salah satu pekerjaan mengaudit atau memeriksa keuangan. Kegiatan audit keuangan memicu pada posisi pekerjaan sebagai auditor. Auditor bertugas memeriksa keuangan secara menyeluruh pada sebuah perusahaan mencakup dalam hal memeriksa transaksi keluar dan transaksi masuk oleh perusahaan tersebut.

c) Kepala Bagian Marketing

Kepala bagian marketing memiliki tugas dan tanggung jawab besar dalam peningkatan profit perusahaan. Diantaranya

yaitu harus dapat menganalisis kesempatan untuk kedepan, membuat rumusan dan melaksanakan kegiatan untuk mencapai sasaran yang ditentukan perusahaan.

Maka tugas kepala bagian marketing adalah melaksanakan fungsi manajemen, khususnya dalam bidang pemasaran. Fungsi manajemen yang dilakukan sebagai tugas kepala bagian marketing seperti *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Evaluation* (POAC).

d) Kepala Bagian Operasional

Tugas utama kepala bagian operasional adalah bertanggung jawab untuk memastikan perusahaan berjalan dengan baik dalam memberikan pelayanan dan memenuhi harapan para nasabah atau klien dengan cara yang efektif dan efisien. Pada intinya kepala bagian operasional berkewajiban membuat perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dengan biaya yang lebih rendah.

e) Accounting

Accounting adalah bagian yang memegang peranan penting dalam perusahaan. Dengan kinerja yang baik dari accounting, tentu bisa melihat bagaimana proses perkembangan perusahaan dari segi finansial secara detail. Dimana perusahaan mengalami keuntungan atau kerugian, bisa dilihat melalui laporan akuntansi yang terstruktur. Seorang accounting merupakan pekerja yang memiliki

tugas melakukan perhitungan terhadap aset finansial perusahaan tersebut.

f) SDI dan Umum

Demikian adalah uraian tugas dari bagian SDI dan umum:

- 1) Penyelenggara fungsi personalia seperti mengurus keharmonisan karyawan, cuti, lembur, dan pelatihan.
- 2) Penyelenggaraan fungsi kesekretariatan seperti pengelolaan surat menyurat masuk dan keluar serta distribusinya.
- 3) Melakukan pengadaan, pencatatan dan pemeliharaan inventaris di BPRS dan membantu administrasi inventaris.
- 4) Mengadministrasikan biaya umum yang dikeluarkan BPRS.
- 5) Melakukan konsolidasi laporan kepegawaian seluruh kantor.
- 6) Melaksanakan tugas dibidang administrasi lainnya yang diberikan oleh Kabag Operasional atau direksi.
- 7) Melakukan perhitungan pajak penghasilan, tabungan, dan deposito maupun pajak lainnya dan melakukan penyetoran sesuai ketentuan yang berlaku.
- 8) Mengkoordinir dan membuat laporan kepada manajemen mengenai kebutuhan biaya operasional untuk kelengkapan kantor, pemeliharaan inventaris dan lain-lain yang menunjang kelancaran operasional bank

g) Account Officer Funding

Account officer funding adalah suatu fungsi jabatan pekerjaan mempromosikan dan juga menghimpun dana dari masyarakat, di dalam dunia perbankan fungsi jabatan marketing funding juga sering disebut dengan *funding officer*.

h) Account Officer Lending

Account officer lending secara garis besar bertugas untuk menyalurkan kembali dana yang telah terhimpun oleh marketing funding kepada masyarakat, lembaga atau instansi, ataupun pihak swasta dalam bentuk pinjaman atau kredit.

Fungsi marketing lending adalah mencari nasabah yang sedang membutuhkan dana untuk keperluan individu ataupun kepentingan guna pengembangan usaha dalam bentuk pinjaman yang tentunya sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan oleh pihak bank. Tugas marketing lending:

- 1) Bertanggung jawab atas pencapaian target pembiayaan
- 2) Mempunyai kemampuan menganalisis pembiayaan
- 3) Memproses dan merealisasikan pembiayaan

i) Remedial

Betugas menagih nasabah yang meragukan ataupun bermasalah dalam rentang waktu penagihan nasabah menunggu sesuai dengan klasifikasi waktu. Untuk juru tagih biasanya diberikan waktu 1-30 hari tunggakan, sedangkan untuk remedial

memiliki wilayah tagih untuk nasabah yang menunggak pada waktu 31-60 hari.

Jika ada nasabah menunggak yang tidak mampu ditangani oleh juru tagih maka nasabah akan diserahkan kepada remedial. Dan remedial akan mengfollow up nasabah yang menjadi tanggung jawabnya tersebut.

j) Customer Service

Customer service adalah kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada klien dalam menyelesaikan masalah, pelayanan yang diberikan dengan menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi nasabah.

k) Teller

Teller merupakan petugas dari bank yang bertugas untuk melayani pelanggan atau nasabah dalam bertransaksi keuangan.

l) Administrasi Pembiayaan

Administrasi pembiayaan adalah kegiatan dalam memproses urusan keuangan, serta mengelola keuangan yang bersifat formal karena sudah di atur dengan perundang-undangan yang berlaku. Serta melakukan perencanaan atau penganggaran, pencatatan pengeluaran serta pertanggung jawaban.

4. Produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

a. Produk Tabungan

Produk tabungan pada PT. BPRS Lampung Timur terdiri dari jenis produk tabungan, yakni sebagai berikut:

1) Simpanan Pelajar dan Tabungan Pendidikan

Dalam rangka literasi dan edukasi keuangan untuk mendorong budaya menabung bagi anak-anak. Tujuan produk simpanan pelajar ini untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada siswa, orang tua dan komunitas sekolah mengenai layanan keuangan khususnya produk tabungan.

Simpanan pelajar dan tabungan pendidikan ini adalah salah satu produk tabungan dari BPRS Lampung Timur khusus untuk pelajar atau siswa dengan persyaratan yang mudah dan sederhana, serta banyak bagi hasil yang menarik bagi siswa.

Ketentuan dalam tabungan Simpanan Pelajar ini yakni sebagai berikut:

- a) Mengisi aplikasi atau formulir pembukaan tabungan
- b) Fotocopy kartu keluarga
- c) Fotocopy KTP orangtua
- d) Biaya setor awal minimal Rp 1000,-
- e) Setor selanjutnya minimal Rp 1000,-

- f) Apabila tidak ada transaksi selama 12 bulan berturut-turut dan saldo rekening kurang dari Rp 1000,- maka rekening dapat ditutup secara otomatis.
- g) Biaya penutupan rekening Rp 1000,-
- h) Hanya dapat ditarik diawal tahun ajaran baru
- i) Bagi hasil tabungan didistribusikan kepada pelajar pada setiap akhir bulan.

Simpanan pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa atau anak-anak yang berusia di bawah 17 tahun dan belum memiliki KTP. Sedangkan tabungan pendidikan (TABARU) merupakan dana investasi jangka panjang yang direncanakan untuk biaya pendidikan pada tahun ajaran baru dengan menggunakan akad mudharabah.

Tabungan simpel dan tabungan pendidikan disini bisa diambil atau ditarik, apabila sudah masuk ajaran baru. Perbedaannya jika tabungan simpel datanya menggunakan data orang tua, apabila tabungan pendidikan sudah bisa menggunakan nama siswa tersebut disertai tandatangan siswa dan orang tuanya.

2) Tabungan Haji Arafah

Tabungan haji merupakan tabungan syariah bimbingan dan ibadah haji (TASBIH) yang menggunakan akad Mudharabah yang berkarateristik khusus berupa tabungan

yang hanya diperuntukan bagi biaya bimbingan dan ibadah haji. Sehingga hanya dapat dicairkan dan diambil apabila telah mencukupi minimal untuk pendaftaran haji (mengambil nomor porsi haji).

Pada tabungan haji ini nasabah akan menabung dengan menggunakan akad mudharabah. Apabila tabungan nasabah sudah mencukupi biaya untuk bimbingan dan ibadah haji maka pihak bank akan menyetorkan dana tersebut kepada bank yang bekerja sama dengan BPRS Lampung Timur untuk membelikan porsi hajinya. Dengan menyerahkan persyaratan sebagai berikut:

- a) Mengisi formulir atau surat pernyataan yang dibuat oleh bank.
 - b) Fotocopy KTP atau PASPOR.
 - c) Setor awal minimal Rp 500.000,-
- 3) Tabungan Qurban (TAQUR)

Tabungan qurban menggunakan akad Mudharabah yang mana direncanakan untuk biaya Qurban. Tabungan qurban merupakan dana simpanan yang diambil dari pendapatan yang tidak dibelanjakan dan dilakukan oleh perorangan atau lembaga untuk ibadah qurban.

Tabungan qurban ini sesuai dengan kemampuan nasabah yang ingin berqurban, yaitu dapat ditentukan besar atau

tidaknya sesuai dengan dana tabungan tersebut, serta tetap mendapatkan harga istimewa sesuai periode pelunasan melalui berbagai kemudahan dalam bertransaksi. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Setoran awal Rp 100.000,-
- b) Setor selanjutnya minimal Rp 25.000,-

Tidak berbeda dengan tabungan haji tabungan qurban juga dapat dicairkan, apabila dana yang dimiliki nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sudah mencukupi untuk melakukan Qurban. Mengenai bagi hasil untuk nisbah ditetapkan oleh pihak bank dan bebas biaya pengelolaan rekening.

4) Tabungan Wadiah Ummat (TAWADU)

Tabungan wadiah ummat ini dengan menggunakan akad wadiah atau titipan yang digunakan oleh perorangan dan perusahaan atau lembaga. Produk tabungan ini dapat diambil kapan saja (on call) berdasarkan kesepakatan dan tidak ada imbalan yang disyaratkan atau tidak diperjanjikan sebelumnya. Kecuali dalam bentuk pemberian bonus (athaya) yang bersifat sukarela dari pihak bank, serta nasabah dibebaskan dari biaya pengelolaan rekening.

Tabungan ini cukup banyak diminati oleh masyarakat atau nasabah, karena sifatnya tabungan biasa serta dalam

tabungan ini nisbah (bagi hasil) tidak dijelaskan. Apabila nisbah itu hanya pemberian bonus yang bisa atau tidak dilakukan atas kerelaan nasabahnya sendiri. Ketentuan dan persyaratan yang diperlukan pada tabungan wadiah umat, yakni sebagai berikut:

- a) Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan.
- b) Fotocopy identitas KTP/SIM/PASPOR bagi perseorangan.
- c) Fotocopy SILP/NPWP/SITU perusahaan bagi perusahaan.
- d) Setoran awal minimal Rp 50.000,-
- e) Setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-

5) Tabungan Deposito Berjangka

Tabungan ini merupakan produk tabungan berjangka (deposito) yang berakad Mudharabah (bagi hasil) yang digunakan untuk perseorangan dan perusahaan atau lembaga yang menginginkan investasi yang halal dan menguntungkan. Dalam hal ini Bank bertindak sebagai pemilik usaha. Dengan ketentuan yang diperlukan, sebagai berikut:

- a) Untuk perseorangan:
 - (1) Mengisi aplikasi yang telah disediakan oleh bank
 - (2) Fotocopy identitas KTP/KK/SIM/PASPOR

b) Untuk perusahaan:

(1) Fotocopy SILP

(2) Fotocopy SITU

(3) Fotocopy NPWP

(4) Fotocopy akta pendirian perusahaan

(5) Fotocopy struktur pengurus

Hasil yang diperoleh atas pengelolaan dana deposito ini akan dibagi hasil antara bank dan pemilik dana yang besarnya berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

b. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan pada PT. BPRS Lampung Timur terdiri dari 4 jenis produk pembiayaan yakni sebagai berikut:

1) Ijarah Multijasa

Ijarah multijasa merupakan jenis produk pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada nasabah dengan memperoleh manfaat atau suatu jasa. Akad ini yang lebih sering digunakan oleh para nasabah karena dana yang dicairkan dapat digunakan untuk keperluan apa saja seperti jasa pendidikan, kesehatan, pariwisata, pernikahan dan lainnya.

Pada dasarnya prinsip yang digunakan dalam produk pembiayaan dengan akad ijarah multijasa ini sama saja dengan prinsip akad ijarah pada umumnya. Hanya saja pada akad ijarah multijasa ini menyewakan jasa-jasa yang bersifat konsumtif

seperti jasa biaya untuk pendidikan, kesehatan, pernikahan, renovasi rumah dan lainnya.

Berdasarkan pembiayaan dengan akad ijarah multijasa ini, pihak PT. BPRS Lampung Timur memperoleh imbalan atau *ujrah* (upah) dari kesepakatan yang telah disepakati diawal dan dinyatakan dalam bentuk nominal bukan persentase. Misalnya ada kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah yang akan melakukan pembiayaan pada PT. BPRS Lampung Timur, maka langkah yang harus dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a) Menyerahkan berkas atau persyaratan yang ditetapkan oleh pihak bank
- b) Memeriksa identitas nasabah berdasarkan data master nasabah
- c) Membuat komite pembiayaan oleh bagian marketing lending
- d) Membuat SP3 (Surat Penegasan Persetujuan Pembiayaan)
- e) Membuat akad oleh administrasi pembiayaan
- f) Membuat kwitansi realisasi pembiayaan, bukti setoran biaya dan tanda terima
- g) Membuat jadwal angsuran
- h) Dilanjutkan dengan pencairan

Uraian diatas menjelaskan cara pencairan dalam mengajukan pembiayaan dengan menggunakan akad ijarah

multijasa yang ada pada PT. BPRS Lampung Timur. Mengenai prinsip dan bagi hasil yang telah disepakati oleh pihak bank dengan nasabah telah dilampirkan pada lampiran Akad Pembiayaan Multijasa di PT. BPRS Lampung Timur.

2) Al Musyarakah (Bagi Hasil)

Musyarakah adalah akad pembiayaan atau kerjasama antara BPRS Lampung Timur sebagai penyandang seluruh dana dan nasabah sebagai penyandang dana sekaligus pengelola dana untuk usaha yang telah disepakati. Bagi hasil dihitung dari nisbah yang telah disepakati dan dibayarkan setiap bulan sesuai dengan keuntungan bulan yang bersangkutan.

3) Al Murabahah (Jual Beli)

Murabahah adalah akad jual beli antara BPRS Lampung Timur selaku penyedia barang dengan nasabah yang memerlukan barang tersebut. Barang yang dimaksud disini dan melalui akad murabahah adalah tanah dan kendaraan. Harga jual BPRS Lampung Timur adalah harga beli dari pemasok ditambah keuntungan bagi BPRS Lampung Timur yang disepakati bersama antara BPRS Lampung Timur dan nasabah. Besarannya angsuran adalah harga jual dibagi periode pembayaran.⁵

⁵Wawancara pribadi Dengan Ibu Diah Ariani Selaku Account Officer PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur, Pada Tanggal 21 Desember 2021

B. Strategi Promosi Produk Perbankan Syariah Yang Digunakan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

Dalam mempromosikan produk-produknya PT. BPR Syariah Lampung Timur menerapkan beberapa strategi promosi dengan pangsa pasar para pedagang, petani, pengusaha, PNS/Non PNS serta siswa-siswi sekolah. Dalam rangka promosi dan pengembangan produk PT. BPR Syariah Lampung Timur menggunakan strategi promosi sebagai alat untuk mencapai tujuannya. Promosi merupakan strategi yang sering digunakan oleh suatu perusahaan untuk menekankan bagaimana cara menjual produk dengan seefektif dan seefisien mungkin.

Hasil wawancara menurut bapak putut yang bekerja selaku internal audit yang dulunya menjabat sebagai kabag marketing di PT. BPR Syariah Lampung Timur beliau menjelaskan bahwa didalam strategi promosi perbankan itu sesuai dengan kebijakan banknya masing-masing, dalam hal ini PT. BPR Syariah Lampung Timur melakukan promosi dengan cara sosialisasi lapangan untuk meningkatkan minat masyarakat dalam dunia perbankan yang berbasis syariah dan mengenalkan berbagai jenis produk syariah dan memberikan informasi mengenai apa itu bank syariah dan apa yang dimaksud dengan riba serta bagi hasil, kemudian promosi yang dilakukan dengan menyebarkan berbagai brosur kepada masyarakat,

karena semakin ketatnya persaingan usaha maka harus semakin aktif pula suatu perbankan dalam meningkatkan perkembangan promosinya.⁶

Sedangkan menurut ibu Diah Ariani selaku Account Officer, beliau mengatakan bahwa promosi yang dilakukan PT. BPR Syariah adalah dengan promosi secara langsung dengan mendatangi keberbagai sekolah-sekolah ataupun dinas-dinas pendidikan, dengan memberikan materi tentang perbankan syariah dan mengenalkan berbagai produk yang dimiliki oleh PT. BPR Syariah Lampung Timur sehingga dapat memberikan pemahaman tentang bank syariah dan dapat menarik minat calon nasabah untuk menggunakan produk yang dimiliki oleh pihak PT. BPR Syariah Lampung Timur. Pada tahun 2018 pihak PT. BPR Syariah Lampung Timur masih melakukan promosi di pasar-pasar, akan tetapi untuk sekarang PT. BPR Syariah Lampung Timur lebih memfokuskan kepada sekolah-sekolah ataupun dinas-dinas pendidikan.

Dilihat dari jumlah nasabah pada tahun 2018-2020, untuk jumlah nasabah pembiayaan mengalami penurunan, sedangkan untuk jumlah nasabah pada pendanaan mengalami kenaikan, hal tersebut dipengaruhi oleh pihak PT. BPR Syariah Lampung Timur lebih difokuskan kepada produk pendanaan dengan sistem strategi promosi produk yang secara langsung.

⁶Wawancara pribadi Dengan Bapak Putut Fan Yudi, Selaku Internal Audit PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur, Pada Tanggal 15 Desember 2020

Adapun kendala-kendala yang dialami adalah karena tinggkat persaingan yang tinggi untuk mempromosikan produk- produk yang dimiliki, masyarakat kurang mengenal adanya PT. BPR Syariah Lampung Timur, karena di daerah lampung timur khususnya di way jepara terdapat berbagai lembaga keuangan baik bank maupun non bank yang menawarkan berbagai produk tabungan ataupun produk pembiayaan yang dipromosikan di sebaian besar sekolah-sekolah, kantor dinas maupun lembaga yang ada.¹⁷

Dari hasil wawancara tersebut bahwa PT. BPR Syariah Lampung Timur melakukan strategi promosinya dengan seefektif dan seefisien mungkin untuk mendapatkan minat ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk yang ada di PT. BPR Syariah Lampung Timur. Dan strategi promosi yang diterapkan cukup berpengaruh dalam peningkatan jumlah nasabah pendanaan.

C. Analisis Strategi Promosi Produk Perbankan Syariah Yang Di Gunakan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu pemasaran. Promosi digunakan oleh perusahaan untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar, agar dapat memperoleh calon-calon nasabah dan menjadi bahan pertimbangan bagi calon nasabah dalam membandingkan

⁷Wawancara pribadi Dengan Ibu Diah Ariani Selaku Account Officer PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur, Pada Tanggal 21 Desember 2021

manfaat yang akan didapatkan dari produk PT. BPR Syariah Lampung Timur dan produk bank atau non bank lainnya (pesaing).²⁸

Dengan promosi diharapkan nasabah dapat mengenal produk-produk perbankan syariah maupun lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra lembaga keuangan dimata para nasabahnya. Adapun kegiatan promosi produk yang dilakukan PT. BPR Syariah Lampung Timur antara lain:

1. Personal Selling (Penjualan Pribadi)

Personal selling (penjualan pribadi) dilakukan oleh pihak PT. BPR Syariah Lampung Timur biasanya dilakukan ditempat-tempat seperti, sekolahan dan kantor-kantor dinas ataupun instansi-instansi. Usaha ini bertujuan untuk melakukan pendekatan dengan nasabah, dan dapat mempengaruhi calon nasabah untuk mempercayakan dananya ke PT. BPR Syariah Lampung Timur, dengan mengenalkan produk, keuntungan produk, manfaat dan juga kemudahan dalam membuka /memakai produk yang ada di PT. BPR Syariah Lampung

²⁸*Ibid.*,

Timur. Contoh : Customer Service menawarkan / mempromosikan langsung kepada nasabah/ masyarakat melalui tatap muka atau media elektronik (Whatsapp).

2. Promosi Penjualan

Tujuan dari promosi penjualan adalah untuk menginformasikan kepada calon nasabah tentang manfaat dari produk yang dimiliki PT. BPR Syariah Lampung Timur, serta dengan memberikan bonus kepada nasabah, promosi ini baik dilakukan dengan perorangan ataupun lembaga. Promosi penjualan yang dilakukan oleh perorangan adalah dengan menawarkan langsung berbagai produk yang ada kepada nasabah ataupun masyarakat sebagai calon nasabah. Sedangkan promosi penjualan yang dilakukan oleh lembaga adalah dengan melakukan promosi melalui media elektronik yang dimiliki oleh PT. BPR Syariah Lampung Timur, baik melalui akun Instagram dengan memiliki pengikut sebanyak 404 pengikut, 90 postingan, halaman facebook dengan 206 orang menyukai, maupun halaman webnya.

3. Publisitas

Publisitas merupakan hal yang penting bagi kehidupan perusahaan. Dan kegiatan promosi ini diwujudkan dengan mengadakan kunjungan-kunjungan ke masyarakat, sekolah-sekolah, maupun instansi-instansi dengan memberikan berbagai materi tentang keuangan syariah serta edukasi mengenai haramnya riba

dan untuk mempererat hubungan kerjasama serta menciptakan suasana kekeluargaan. misalnya mengadakan kegiatan sosial seperti jalan sehat dalam rangka literasi dan edukasi keuangan PT. BPR Syariah Lampung Timur dengan menyediakan berbagai hadiah yang menarik. Contoh : BPR Syariah Lampung-Timur, melakukan sosialisasi lapangan, melakukan kegiatan jalan sehat, dengan memberikan doorprize, dan beberapa hadiah (kaos, jam dinding, payung, kalender).

Adapun kendala yang dialami pihak PT. BPR Syariah Lampung Timur adalah kurang aktifnya promosi yang dilakukan melalui media sosial/ media elektronik yang dimiliki oleh PT. BPR Syariah Lampung Timur antara lain instagram ataupun facebook serta alamat web yang dimiliki. Hal tersebut dapat berpengaruh dalam keingintahuan masyarakat tentang PT. BPR Syariah Lampung Timur maupun produk-produk yang dimiliki oleh PT. BPR Syariah Lampung Timur dan dapat berpengaruh dalam peningkatan penjualan, untuk saat ini promosi penjualan hanya dengan menggunakan bantuan Account Officer Serta membagikan beberapa brosur.⁹

⁹ *Ibid.*,

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di PT. BPR Syariah Lampung Timur mengenai strategi produk perbankan syariah, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi promosi produk perbankan syariah yang diterapkan atau dilakukan di PT. BPR Syariah Lampung Timur adalah menggunakan beberapa macam promosi yang terdiri dari *personal selling*, *promosi penjualan* dan *publisitas*. Dan kegiatan promosi ini diwujudkan dengan mengadakan kunjungan-kunjungan ke masyarakat sekolah-sekolah, maupun instansi-instansi untuk mempererat hubungan kerjasama serta menciptakan suasana kekeluargaan. misalnya mengadakan kegiatan sosial. Strategi yang digunakan/ diterapkan masih kurang maksimal, dan akan lebih baik lagi jika strategi yang sudah ada lebih dioptimalkan lagi dan di tambah lagi, terutama pada strategi promosi periklanan melalui media elektronik/ media sosial maupun media cetak. Dengan mengoptimalkan strategi yang telah diterapkan di hadapan masyarakat dapat mengenal produk-produk yang ada di PT. BPR Syariah Lampung Timur

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat diambil sebuah saran yaitu: PT. BPR Syariah Lampung Timur diharapkan dapat meningkatkan lagi mengenai strategi promosi untuk dapat menarik perhatian dari masyarakat luas dan dapat meningkatkan penjualan serta sebagai kesejahteraan PT. BPR Syariah Lampung Timur serta karyawan serta dapat lebih aktif dalam lingkungan masyarakat dengan lebih mempererat kerjasama untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap PT.BPR Syariah Lampung Timur dan untuk dapat lebih mengerti kebutuhan para nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Strategic Management*, Cet. Ke-3. Depok: PT RajaGrafinndo Persada, 2017.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Al Arif, Nur Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah*, Cet. 1. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Alma, Bukhari. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : ALFABETA, 2009.
- Alma, Bukhari. *Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Ari Susanto, Muhammad Dwi, dan Handoyo DjokoWaluyo. *Pengaruh Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada KJKS BMT Binna Ummat Sejahtera Kec. Lasem*, Vol. 1 No.1. Semarang : Jurnal Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, 2012.
- Agustiani, Ruzayanti Ade. *Analisis Strategi Promosi Produk Tabungan Di PT. Bank Syariah Kotabumi (Masyarakat Lingkungan 10 Tanjung Balam)*, Skripsi IAIN Metro 2019 dalam <https://repository.metrouniv.ac.id>, diunduh pada 22 Januari 2021.
- Al Arief, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Alison, Michael, dan Jude Kaye. *Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Nirlaba: Pedoman Praktis dan Buku Kerja*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014.
- Affifudin, Dan Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Kualitatif. Cet Ke:3*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2018.
- Fathoni, Abdurahman. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Herdiansyah, Haris. *Wawancara, Observasi, dan Focus Groups: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah, Cet. I*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta : Kencana, 2011.

- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Karim, Kurniati. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice Hall, 2000.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011.
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara Jakarta: Jakarta, 2014.
- Mujib, Abdul. *Manajemen Strategi Promosi Produk Pembiayaan Perbankan Syariah*. Jurnal Perbankan Syariah, ISSN: 2527-6344 Vol. 1 No. 1. 2016.
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonomi, 2014.
- Rifa'i, Achmad. *Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM*. HUMAN FALAH. Universitas Gadjah Mada, Vol. 4 No. 2 Juli-Desember 2017.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan No. 37. *tentang produk dan aktivitas bank pembiayaan rakyat syariah*.
- Susanto, Burhanuddin. *Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (anggota IKAPI), 2008.
- Sabaria. *Strategi Promosi Pemasaran Produk Tabungan Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kendari*. Skripsi IAIN Kendari. 2018 dalam <http://digilib.iainkendari.ac.id>, diunduh pada 22 Januari 2021.
- Saputro, Herwan Eko. *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada BMT Mentari Simbarwaringin*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro, pada tahun 2018.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Skripsi Mahasiswa*. Metro: IAIN Metro Tahun, 2018
- Trisnawati, Ernie. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2005.

Umam, Khotibul. *Trend Pembentukan Bank Umum syariah Pasca Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, Konsep, Regulasi Dan Implementasi*. Yogyakarta: BPFE, 2009.

Wawancara dengan Bapak Putut Fan Yudi selaku Internal Audit PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur. Pada Tanggal 15 Desember 2020.

Wawancara dengan Ibu Diah Ariani selaku Account Officer PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur. Pada Tanggal 15 Desember 2020.

Dokumentasi Job Description PT.BPR Syariah Lampung Timur

<https://banksyariahlampungtimur.co.id/>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



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

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

Nomor : 4069/In.28.1/J/TL.00/12/2021
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Dri Santoso (Pembimbing 1)
Muhammad Hanafi Zuardi (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **RIZKI CAHYANTI**
NPM : 1602100241
Semester : 11 (Sebelas)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS PT. BPR SYARIAH LAMPUNG TIMUR)

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 08 Desember 2021
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode.

Alat Pengumpulan Data (APD)
STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)

A. Wawancara dengan karyawan PT. Bank Syariah Lampung Timur
Bpak. Putut Fan Yudi, selaku Internal Audit di PT. Bank Syariah
Lampung Timur dan Ibu Diah Ariani, selaku Account Officer
(Lending) di PT. Bank Syariah Lampung Timur

1. Sejarah berdirinya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur?
2. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur?
3. Struktur Organisasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur?
4. Dalam tujuan perbankan syariah terdapat dua tujuan yaitu menghindari praktek riba dan mengamalkan prinsip syariah untuk tujuan kemaslahatan. Dari dua tujuan tersebut apakah contoh yang sudah diterapkan bank kepada nasabah maupun masyarakat sekitar? Dan apakah dari dua tujuan tersebut ada yang sulit untuk diterapkan?
5. Produk apa saja yang dimiliki oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur?
6. Strategi promosi produk apa yang diterapkan pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur?
7. Berapakah jumlah nasabah pendanaan dan pembiayaan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur dari tahun 2018-2020?
8. Dalam bauran promosi terdapat lima komponen alat promosi, yaitu periklanan, personal selling, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat. Dari kelima komponen tersebut mana saja yang digunakan dalam memasarkan produk di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur ? atau adakah yang lain?
9. Apakah strategi promosi yang diterapkan dapat menunjukkan peningkatan jumlah nasabah?

10. Ke pangsa pasar apasaja produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur di promosikan dan ditawarkan?
11. Apakah strategi promosi yang diterapkan dapat bersaing dengan perbankan lainnya untuk dapat menarik perhatian calon nasabah dan kemudian mempercayakan dananya ke PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur?
12. Apasaja kendala-kendala yang sering terjadi ketika melakukan strategi promosi produk?

Metro, November 2021
Mahasiswa/i Ybs



Rizki Cahyanti
1602100241

Pembimbing I



Dr. Dri Santoso, MH.
NIP.196703161995031001

Pembimbing II



M. Hanafi Zuardi, SHI, MSI
NIP.198007182008011012

OUTLINE SKRIPSI
STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi promosi
 - 1. Definisi Strategi
 - 2. Definisi Promosi
 - 3. Tujuan Promosi
 - 4. Macam - Macam Promosi
- B. Produk Perbankan Syariah
 - 1. Pengertian Produk Perbankan Syariah

2. Produk Perbankan Syariah
- C. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
 1. Definisi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
 2. Tujuan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
 3. Karakteristik Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
 4. Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
 1. Jenis Penelitian
 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 1. Sumber Data Primer
 2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 1. Wawancara
 2. Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
 1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur
 2. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur
 3. Struktur Organisasi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur
 4. Produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur
- B. Strategi promosi produk perbankan syariah yang digunakan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

- C. Analisis Strategi promosi produk perbankan syariah yang di gunakan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Lampung Timur

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

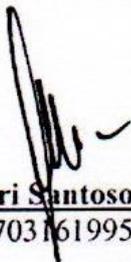
Metro, Oktober 2021

Mahasiswa/i Ybs



Rizki Cahyanti
1602100241

Pembimbing I



Dr. Dri Santoso, MH.
NIP.196703161995031001

Pembimbing II



M. Hanafi Zuardi, SHI, MSI
NIP.198007182008011012



Nomor : 027/BPRSLT/DIR/Eks/I/2022
Lampiran : -

Way Jepara, 26 Januari 2022

Kepada Yth.
Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di
Metro

Perihal : **Izin Research**

Dengan hormat,

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Semoga Bapak/Ibu beserta jajaran senantiasa dalam lindungan Allah SWT, dan sukses menjalankan aktifitas sehari-hari, Amin.

Berdasarkan surat dari Institut Agama Islam Negeri Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam No.4116/In.28/D.1/TL.01/12/2021 perihal izin research atas nama saudara.

Nama : Rizky Cahyanti
NPM : 1602100241
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah
Judul : "Strategi Promosi Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus PT BPR Syariah Lampung timur)"

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa Mahasiswa tersebut di atas telah melakukan research di PT. BPR Syariah Lampung Timur (Perseroda), dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

PT. BPRS Lampung Timur (Perseroda)

Direksi,



Tony Adryansyah
Direktur Utama



SURAT TUGAS

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

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

SURAT TUGAS

Nomor: 4116/In.28/D.1/TL.01/12/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

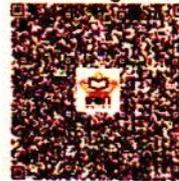
Nama : **RIZKI CAHYANTI**
NPM : 1602100241
Semester : 11 (Sebelas)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT. BPR SYARIAH LAMPUNG TIMUR, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS PT. BPR SYARIAH LAMPUNG TIMUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

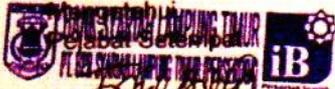
Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 09 Desember 2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



TONY ADRIANSYAH
DIREKTUR UTAMA



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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-03/In.28/S/U.1/OT.01/01/2021**

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

Nama : RIZKI CAHYANTI
NPM : 1602100241
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1602100241

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 04 Januari 2022
Kepala Perpustakaan



As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H. *se.*
NIP. 19750505 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Rizki Cahyanti
NPM : 1602100241
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Strategi Promosi Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 4 Januari 2022
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Rizki Cahyanti Fakultas/Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100241 Semester/TA : X/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan
1.	Rabu/ 9 Juni 2021	Acc Bab 1-3 serta daftar Pustaka, Lanjutkan Bimbingan ke pembimbing 1 sebelum diseminarkan

Dosen Pembimbing II,

M. Hanafi Zuardi, S.HI, MSl.
NIP.198007182008011012

Mahasiswa ybs,

Rizki Cahyanti
NPM. 1602100241



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

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : febi.iaim@metrouniv.ac.id Website : www.febi.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizki Cahyanti

Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah

NPM : 1602100241

Semester/TA : XI/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Feb 27 - 2021	ke 7 outline	

Dosen Pembimbing, II

Mahasiswa Ybs,

M. Hanafi Zuardi, SH,MSI.
NIP.198007182008011012

Rizki Cahyanti
NPM. 1602100241



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizki Cahyanti Fakultas/Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100241 Semester/TA : XI/2021

No	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Jum'at, 31, Des, 2021	Kesimpulan cukup 1 Alinea saja, karena rumusan masalahnya hanya 1	
2.	Jum'at 31 Desember 2021	ACC BAB IV dan BAB V	

Dosen Pembimbing II,

M. Hanafi Zuardi, SHI, MSI.
NIP.198007182008011012

Mahasiswa ybs,

Rizki Cahyanti
NPM. 1602100241



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296.
Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizki Cahyanti Fakultas/Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100241 Semester/TA : XI/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	3. Desember . 2021/ Jum'at.	fee. apa	

Dosen Pembimbing I,

Dr. Dri Santoso, MH.
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa ybs,

Rizki Cahyanti
NPM. 1602100241



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizki Cahyanti Fakultas/Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100241 Semester/TA : XI/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Jum'at 3. Desember, 2021	pe- dulu	

Dosen Pembimbing I,

Dr. Dri Santoso, MH.
NIP. 16703161995031001

Mahasiswa ybs,

Rizki Cahyanti
NPM. 1602100241



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizki Cahyanti Fakultas/Jurusan : FEBI / S1 Perbankan Syariah
NPM : 1602100241 Semester/TA : XI/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin 3, Januari, 2022	<i>Muhammad</i>	<i>A</i>

Dosen Pembimbing I,

Dr. Dri Santoso, MH.
NIP. 196703161995031001

Mahasiswa ybs,

Rizki Cahyanti
NPM. 1602100241

FOTO DOKUMENTASI WAWANCA

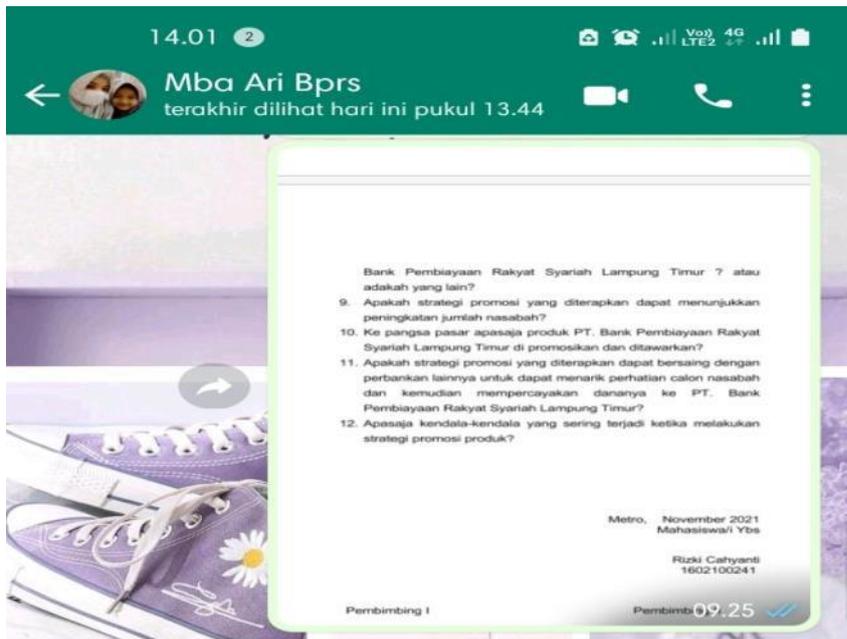


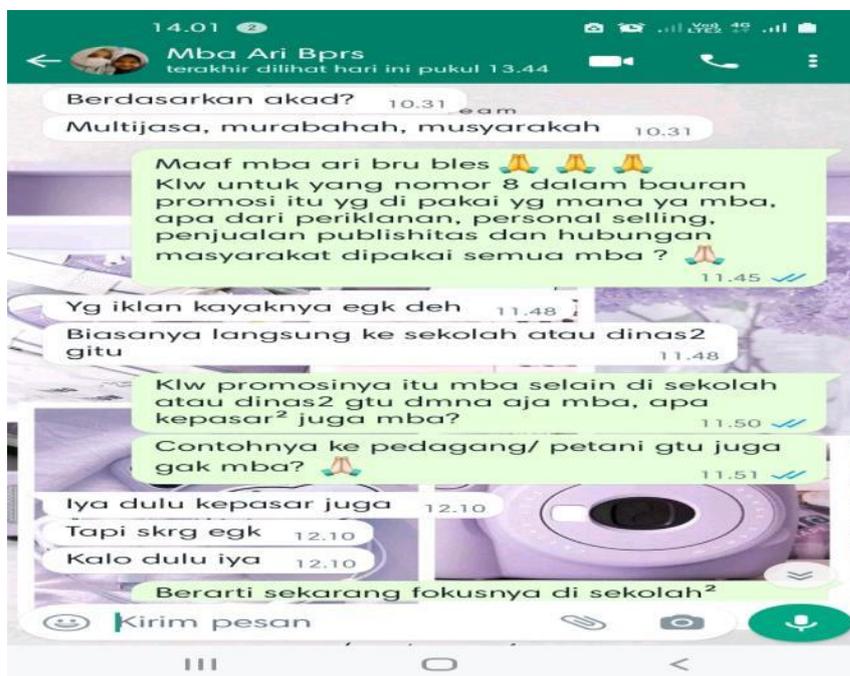
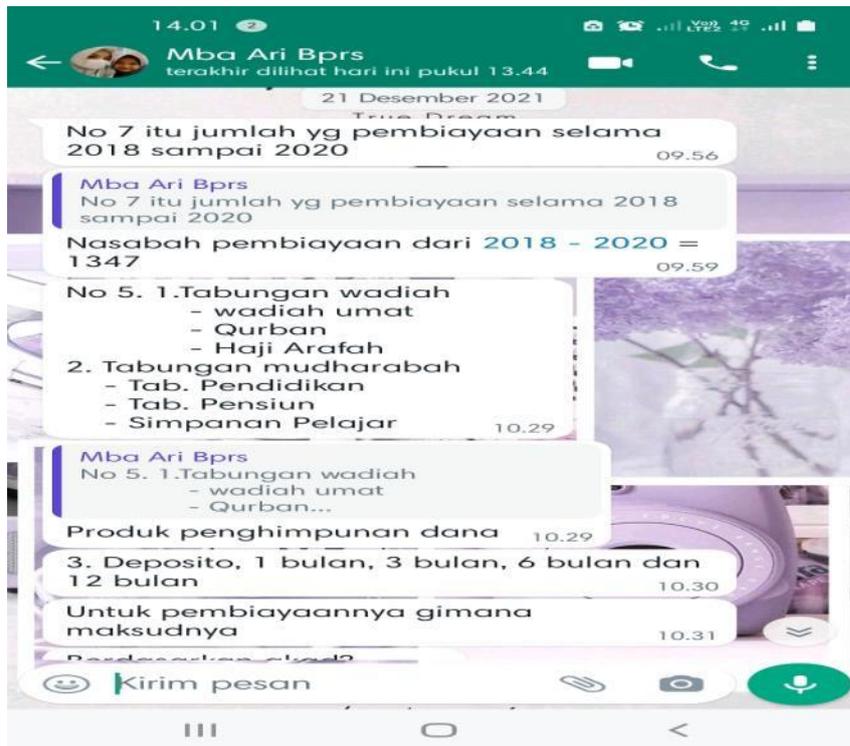
Dokumentasi PT. BPR Syariah Lam- Tim saat memberikan edukasi dan literasi keuangan syariah kepada siswa siswi di MAN IC Lam-Tim



Dokumentasi Wawancara dengan Ibu Diah Ariani selaku AO









DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Rizki Cahyanti, lahir di Labuhan Maringgai 03 Januari 1998 dan di besarkan di pakuan aji sp v. Peneliti merupakan anak kedua dari dua bersaudara, buah hati pasangan dari Bapak Jahri Dan Ibu Cici Purwaningsih. Peneliti menyelesaikan pendidikan formalnya di TK PGRI 1 Tanjung Aji, Melinting, Labuhan Maringgai, SD Negeri 2 Pakuan Aji pada tahun 2013 dan SMA Islam Cendikia Bandar Lampung pada tahun 2016. Peneliti melanjutkan studi di perguruan tinggi, dengan mengambil jurusan SI Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, melalui seleksi penerimaan UM-MANDIRI.

Bagi peneliti menjadi mahasiswa di S1 perbankan syariah ini bukanlah hal yang mudah, butuh perngorbanan dan perjuangan yang cukup berat, suka dan duka. Namun demi cita-cita dan harapan kedua orang tua peneliti harus menyelesaikan studinya dengan baik walaupun agak terlambat. Memasuki akhir masa studi peneliti di jurusan S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Lampung, peneliti mempersembahkan sebuah Skripsi dengan judul:

“STRATEGI PROMOSI PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus PT. BPR Syariah Lampung Timur)”