

SKRIPSI

**ETIKA *MARKETING* ISLAM TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT**

Oleh:

**AGUSTIAN SAPUTRA
NPM. 1903021001**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M**

ETIKA *MARKETING* TERHADAP KEPUASAN NASABAH

BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

AGUSTIAN SAPUTRA

NPM. 1903021001

Dosen Pembimbing : Yuyun Yunarti, M.Si

Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1444 H / 2023 M

NOTA DINAS

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

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 : Agustian Saputra
NPM : 1903021001
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : **ETIKA *MARKETING* ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT**

Disetujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk di Munaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 22 Mei 2023
Dosen Pembimbing



Yuvan Yunarti, M.Si
NIP. 19770930 200501 2 006

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ETIKA *MARKETING* ISLAM TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT

Nama : Agustian Saputra

NPM : 1903021001

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

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

Metro, 22 Mei 2023
Dosen Pembimbing



Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 19770930 200501 2 006



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Al Rimgulyo 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-1857/In.28.3/D/PP.00-9/06/2023

Skripsi dengan Judul: ETIKA MARKETING ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT, disusun oleh: AGUSTIAN SAPUTRA, NPM: 1903021001, Jurusan: S1 Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Rabu/31 Mei 2023.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Yuyun Yunarti, M.Si

Penguji I : Liberty, S.E., M.A

Penguji II : Yudhistira Ardana, M.E.K

Sekretaris : Alfiansyah Imanda Putra, S.Kom., M.Kom

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, M.H

NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

ETIKA *MARKETING* ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT

Oleh:

AGUSTIAN SAPUTRA
NPM. 1903021001

Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan. diharapkan perbankan syariah dapat menjadi alternatif dalam mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat dengan merealisasikan nilai-nilai syariah. Dalam menjalankan usaha perbankan perlu adanya *marketing* dan nasabah dimana seorang *marketing* harus memiliki prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariah islam agar dapat memenuhi kebutuhan material tetapi juga kebutuhan spiritual nasabah. Sehingga pertanyaan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana etika *marketing* islam terhadap kepuasan nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Etika Marketing Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat. Peneliti ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer dip eroleh secara langsung dari pimpinan BPRS, *marketing* dan nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat dengan teknik *snowball* sampling, sedangkan sumber data sekunder yang penulis gunakan berupa jurnal, buku, artikel yang berkaitan dengan etika *marketing* islam dan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat di simpulkan bahwa terdapat dua prinsip etika *marketing* islam yang belum di terapkan secara baik di BPRS Tani Tulang Bawang Barat yaitu prinsip berkepribadian baik dan simpatik (*Shiddiq*). Dimana masih terdapat *marketing* yang bersikap kurang baik dalam penagihan angsuran kepada nasabah berupa nada bicara yang tinggi kepada nasabah dan prinsip melayani dengan rendah hati (*Khidmah*). Dimana sikap *marketing* yang meminta penagihan kepada nasabah tidak mau menerima alasan dan keadaan apapun mengenai penunggakan angsuran. Serta kurangnya penerapan prinsip etika *marketing* islam yang belum efektif sehingga dapat mengakibatkan nasabah merasa tidak puas atas pelayanan *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

Kata Kunci: Etika *Marketing* Islam, Kepuasan Nasabah

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Agustian Saputra

Npm : 1903021001

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

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

Metro, 29 Mei 2023

Yang Menyatakan



Agustian Saputra
NPM. 1903021001

MOTTO

... لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا... ﴿٨٣﴾

Artinya: ...Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuatbaiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Dan bertutur katalah yang baik kepada manusia.... (QS. Al-Baqarah: 83)

"Jalmi tiasa suksés, margi gaduh seuéur cara. Sedéngkeun jalmi anu gagal, margi anjeunna gaduh seuéur téuing alésan."

(Orang bisa sukses karena punya banyak cara. Sedangkan orang yang gagal karena dia punya banyak sekali alasan.)

“Pada dasarnya kita tidak boleh berhenti bermimpi apa yang kita cita-citakan. Tapi mimpi saja tidak cukup karena banyak orang yang terlalu lelap dengan mimpinya sehingga tidak bisa merealisasikan mimpinya itu untuk menjadi kenyataan. Dan yang paling penting adalah set action plan kita atau melakukan suatu tindakan usaha dan lakukan agar mimpinya itu menjadi kenyataan.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan setulus hati saya ucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala kemudahan yang di berikan untuk menyelesaikan skripsi ini. Saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang senantiasa ada dan mendampingi saya melewati hari-hari perjuangan selama ini, terkhusus untuk:

1. Kedua orang tua saya tercinta Ibunda Sukaeni dan Ayahanda Sade Saputra yang selalu memberika kasih sayang, dukungan baik berupa moril maupun materil, dan do'a terbaiknya. Semoga Allah SWT selalu panjangkan umurmu, melindungimu, dan memperlancar rezekimu.
2. Kepada kaka sepupu saya teteh Ningsih Suwarsih, Aa Asep, Mba Wulan dan Aa Apin terimakasih karena selalu memberikan semangat.
3. Kepada pembimbing skripsi Ibu Yuyun Yunarti, M.Si yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan member motivasi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman terbaik saya terimakasih yang selalu mejadi *support system* dan menemani dari awal sampai akhir perjalanan skripsi ini.
5. Kepada sahabat-sahabat terdekat saya Prayoga Prasetyo, Pandu Mukti, Juli Anggara, Febi, Iqbal Syabil, M. Habel, Mahendra, Devi Anggraini, Amalia Saputri, terimakasih telah membantu serta memberikan semangat dan dukungan kepada saya.
6. Kepada kelas A Perbankan Syariah angkatan 2019 yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada saya.
7. Kepada Almamater tercinta IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “Etika *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Terhadap Kepuasan Nasabah” dengan baik.

Maksud dari penyusunan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) untuk memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Upaya penyelesaian Skripsi ini, Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Dr.Siti Zulaikha, S. Ag., M.H, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. M. Ryan Fahlevi, S.E, M.M Selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Yuyun Yunarti, M.Si Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan.

Semua pihak yang membantu memberikan motivasi dalam penyusunan Skripsi ini Peneliti menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penulisan Skripsi ini, maka peneliti mengharapkan kritik dan saran yang positif untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Peneliti berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang Perbankan Syariah.

Metro, 04 Juni 2023
Penulis,



Agustian Saputra
NPM. 1903021001

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan.....	9
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Etika <i>Marketing</i> Islam.....	12
1. Pengertian Etika <i>Marketing</i> Islam.....	12
2. Karakteristik Etika <i>Marketing</i> Islam.....	13
3. Prinsip-prinsip Etika <i>Marketing</i> Islam	17
B. Kepuasan Nasabah	24
1. Pengertian Kepuasan Nasabah	24
2. Indikator Kepuasan Nasabah	26
3. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah	27
C. Kerangka Fikir	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian	30
B. Sumber Data.....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
D. Teknik Analisis Data.....	34
E. Teknik Keabsahan Data	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Tani Tulang Bawang Barat.....	37
1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPRS Tani Tulang Bawang Barat	37
2. Visi dan Misi BPRS Tani Tulang Bawang Barat.....	38
3. Stuktur Organisasi BPRS Tani Tulang Bawang Barat.....	39
B. Deskripsi Data Etika <i>Marketing</i> Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat.....	41
C. Analisis Etika <i>Marketing</i> Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir	29
---------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Surat Pra survey
3. Surat Izin Research
4. Surat Balasan Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Alat Pengumpul Data (APD)
9. Outline
10. Formulir Bimbingan
11. Dokumentasi
12. Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan. Ditengah eksistensi perbankan konvensional yang hanya berorientasi pada keuntungan saja, diharapkan perbankan syariah dapat menjadi alternatif dalam mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat dengan merealisasikan nilai-nilai syariah. Selain itu, mayoritas penduduk muslim di Indonesia yang mencapai 87% menjadi potensi yang sangat besar bagi perkembangan lembaga keuangan syariah, salah satunya bank syariah.

Dalam memaksimalkan potensi di atas bank syariah dituntut melakukan berbagai upaya pembaruan terus-menerus untuk dapat bersaing dalam menarik minat nasabah. Salah satu upaya pembaruan yang dapat dilakukan bank syariah yaitu dibidang *marketing*. *Marketing* merupakan proses sosial dan manajerial untuk mencapai tujuan lembaga keuangan syariah dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah.¹

Marketing adalah suatu proses sosial dan manajerial yang terdapat dalam individu atau kelompok guna memperoleh apa yang diinginkan dengan melalui cara menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang

¹Ratna Purnama Sari, et al, *Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam Vol.9 No.2 (2018), 131.

bernilai dengan baik.² Seorang *marketing* tidak hanya menyampaikan produk tetapi juga bagaimana produk tersebut dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Sasaran dari *marketing* adalah menarik nasabah baru dengan menjanjikan nilai super, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan nasabah yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan nasabah.

Marketing dituntut tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan material tetapi juga kebutuhan spiritual nasabah. Sebagaimana konsep Islam yang tidak memisahkan materi dan spiritual tidak seperti yang dilakukan Eropa dengan konsep sekularismenya. Pada konsep sekularisme, perusahaan hanya berorientasi pada keuntungan sehingga *marketing* cenderung bersikap bebas dalam menarik minat sehingga rentan melakukan tindakan yang tidak diperbolehkan. Oleh sebab itu, kegiatan *marketing* haruslah berlandaskan pada etika. Konsep Islam memberikan kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun kebebasan tersebut terikat dengan iman dan etika. Etika merupakan suatu konsep nilai, baik, buruk, benar, salah dan prinsip umum yang menjadi tolak ukur boleh dan tidaknya suatu tindakan atau perilaku.³

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk.nasabah

²Hamid, A., & Zubair, M. K. (2019). *Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah*. BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 1(1), 18-19.

³D Kurniawan, "Optimalisasi Pelayanan Perbankan Syariah," *Journal of Islamic Economic and Social* Vol.1 (2017): 16.

merupakan fokus utama dalam pembahasan kepuasan dan kualitas jasa.⁴ Kepuasan nasabah dapat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu : Kualitas jasa, Emosional, Harga, Biaya atau kemudahan selain itu nasabah akan merasa puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu pelayanan.⁵

Kegiatan ekonomi sebagaimana kegiatan lainnya perlu dituntun dan dikontrol agar berjalan sesuai dengan nilai etika dalam ajaran Islam. Nilai-nilai etika tersebut berperan sebagai regulator kehidupan guna mencegah kerusakan atau kerugian yang ditimbulkan oleh tingkah laku manusia yang cenderung egoistis. Sebagaimana Allah SWT telah mengatur etika dalam kegiatan ekonomi bagi umatnya dalam Al-Qur'an surah Asy Syu'araa' ayat 183:⁶

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya : “dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”. (Q.S Asy Syu'ara (26:183)).⁷

Berdasarkan kutipan ayat diatas menyatakan bahwa manusia tidak boleh merugikan manusia lain atas hak-haknya dan dilarang melakukan kerusakan. Jika dikaitkan dalam bidang pemasaran seorang petugas *marketing*

⁴Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Dan Perbankan* (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), 31.

⁵Vivi Oktaviani, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Asuransi Sequis Life Semarang),” *Jurnal Ilmiah Aset* Vol.23 No.1 (2021): 5.

⁶*Ibid.*, 19.

⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan* (Bandung: CV Diponegoro, 2018), 372.

tidak diperbolehkan untuk merugikan sesama manusia atas hak-hak yang dimiliki oleh manusia lain dan tidak boleh melakukan pengrusakan yang bersifat merugikan.

PT BPRS Tani Tulang Bawang Barat adalah salah satu Bank Syariah yang ada di Panaragan Jaya. Letak kantor BPRS Tani ini terbilangsangat strategis memudahkan masyarakat melakukan suatu transaksi. Alasan peneliti memilih PT BPRS Tani Tulang Bawang Barat sebagai objek penelitian, yaitu karena visi misi dari PT BPRS Tani ini sesuai dengan syariat Islam dan mampu bersaing dengan lembaga keuangansyariah lainnya, yang dibuktikan dengan kemampuan PT BPRS Tani mendapatkan nasabah dengan jumlah yang terus berkembang. Untuk mempertahankan nasabah PT tersebut menjalin komunikasi yang intens dengan nasabah, seperti kunjungan ke rumah langsung yang dilakukan oleh *marketing* saat melakukan penagihan dan promosi pembiayaan dan memberikan ucapan pada hari hari kebahagiaan, serta untuk tabungan deposito diberikan bagi hasil yang menarik bagi nasabah yang loyal terhadap PT BPRS Tani Tulang Bawang Barat⁸

Dalam melaksanakan kegiatan ekonomi dalam dunia perbankan syariah, islam melarang segala perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Begitu pula halnya dalam kegiatan *marketing* di BPRS Tani Tulang Bawang Barat. Fakta yang terjadi, pada kondisi saat ini tidak sedikit kegiatan *marketing* yang mengabaikan etika saat melakukan penagihan angsuran dan promosi produk pembiayaan perbankan syariah kepada nasabah dengan tidak

⁸ Wawancara kepada Bapak Syaripudin Taib selaku pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat pada pada 15 November 2022.

menerapkan prinsip etika yang baik, jujur dan sopan santun sesuai prinsip etika dalam Al-Qur'an.

Dari beberapa penuturan nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai spekulasi tentang etika *marketing* saat melakukan penagihan angsuran ada beberapa nasabah yang mengatakan bahwa etika *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat pelayanannya sangat sopan etikanya saat melakukan penagihan angsuran pembiayaan murabahah. Namun beberapa nasabah mengatakan saat melakukan penagihan angsuran pembiayaan ada beberapa *marketing* yang sangat kurang sopan santun dan tutur katanya menyinggung hati nasabah saat melakukan penagihan angsuran kepada nasabah apalagi nasabah tersebut lebih tua usianya dari *marketing* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara diajukan beberapa pertanyaan kepada informan mengenai Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat, menurut penuturan ibu Supiyani salah satu nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat, pelayanan terkait etika *marketing* saat melakukan pembiayaan dan penagihan angsuran menunjukkan perilaku atau etika yang baik dan tutur kata yang sopan saat melakukan penagihan angsuran serta cenderung tidak memaksa nasabah ketika jatuh tempo angsuran sudah tengat waktu dan *marketing* cenderung memberikan toleransi waktu maksimal sepuluh hari dari tanggal pembayaran angsuran, sehingga ibu

Supiyani selaku nasabah merasa puas terkait etika *marketing* dan sopan santun terhadap nasabah tersebut.⁹

Namun terdapat beberapa nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang sangat kecewa dan tersinggung terhadap *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat, menurut wawancara kepada Bapak Subakri etika *marketing* yang diberikan kepada beliau etikanya kurang sopan santun dan tutur kata *marketing* saat melakukan penagihan angsuran kepada nasabah sangat menyinggung hati nasabah, dikarenakan *marketing* tidak menerapkan prinsip-prinsip etika *marketing* islam.¹⁰

Sejalan dengan hasil wawancara dan landasan penulisan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novarina Amalia Anggraini. Hal yang melatar belakangi penelitian beliau adalah di lembaga keuangan syariah, seorang *marketing* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik dan mudah akrab/bergaul dengan nasabah agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, oleh sebab itu seorang *marketing* tak lepas dari sikap jujur, adil, tanggung jawab dan dapat dipercaya. Pada faktanya ada beberapa *marketing* ketika dilapangan, dalam melaksanakan kegiatan pemasaran tidak mempedulikan etika pemasaran islam sehingga minat nasabah untuk menggunakan produk yang ditawarkan semakin berkurang.¹¹

⁹Wawancara Kepada Ibu Supiyani selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat pada 15 November 2022

¹⁰Wawancara Kepada Bapak Subakri selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang pada 15 November 2022

¹¹Novarian Amalia Anggraini, “Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan Mudharabah Di BMT Ar-RahmahArta Syariah Mojokerto” (Skripsi, Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2022).

Penelitian Endah Dwi Agustina. Menjelaskan bahwa *marketing* perbankan syariah masih relatif kecil dibanding dengan market share perbankan konvensional. Kecilnya market share pada perbankan syariah, mengharuskan bank syariah untuk lebih meningkatkan kinerja pelayanan dan memperluas segmen pasar, agar dapat mengejar selisih market share yang terlalu jauh dengan bank konvensional. Dalam upaya meningkatkan market share tersebut. Salah satu alternatif yang bisa digunakan untuk mengembangkan market share yaitu dengan strategi pengembangan kepuasan nasabah, bank syariah dapat mencoba menggunakan berbagai macam strategi pemasaran.¹²

Penelitian Metia Ehda Agustia. Menjelaskan pentingnya menumbuhkan pemahaman yang baik terhadap praktik keuangan syariah yang merupakan model pengelolaan ekonomi yang lebih sesuai dengan tuntunan islam maka dengan menggunakan penerapan Etika Bisnis Islam dan kepuasan pelanggan Bank Syariah dinilai mampu bekerja dengan optimal yang sesuai dengan etika bisnis Islam dan Kepuasan Nasabah sehingga mampu menyebabkan terjadinya customer retention. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana etika bisnis islam dan kepuasan pelanggan memberikan pengaruh terhadap strategi customer retention (mempertahankan pelanggan), untuk lebih meningkatkan kinerja perbankan syariah, sehingga dapat bersaing

¹² Endah Dwi Agustina, "*Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta*" (Skripsi, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2016).

dengan perbankan yang lainnya (konvensional dan syariah), dan diharapkan mampu meningkatkan market share perbankan syariah.¹³

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut dan dukung dengan penelitian terdahulu, maka peneliti ingin mengupas lebih jauh mengenai etika *marketing* islam BPRS Tani Tulang Bawang Barat terkait kepuasan nasabah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang judul **“Etika Marketing Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang di terangkan di atas, maka terdapat peneliti, yaitu:

1. Prinsip-prinsip etika *marketing* islam apa saja yang di terapkan oleh BPRS Tani Tulang Bawang Barat terhadap kepuasan nasabah?
2. Bagaimana penerapan etika *marketing* islam terhadap kepuasan nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat terkait *marketing* ke nasabah. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kepuasan nasabah yang diberikan oleh *Marketing* Islam BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

¹³ Metia Ehda Agustin, “*Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Customer Retention (Studi Kasus PT BPRS Adan Kota Bengkulu)*” (Skripsi, Bengkulu, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2019).

2. Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan mampu menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan meningkatkan pengetahuan bagi pihak bank dan mahasiswa serta dapat dijadikan ukuran untuk sarana menuju penyempurnaan karya ilmiah. Selain itu diharapkan dapat mengetahui tentang Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat dalam upaya meningkatkan etika *marketing* islam dan kepuasan nasabah.

b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada pembaca tentang etika *marketing* Islam BPRS Tani Tulang Bawang Barat dan memberikan masukan yang sangat positif kepada BPRS Tani Tulang Bawang Barat untuk meningkatkan kinerja *marketing* dan kepuasan nasabah.

D. Penelitian Relevan

Penelitian Relevan adalah bagian yang menjelaskan posisi, membedakan dan memperkuat hasil penelitian dengan penelitian lainnya.¹⁴ Dalam penulisan proposal ini peneliti menggunakan beberapa skripsi yang di jadikan acuan bagi peneli:

1. Novarina Amalia Anggraini (2022) “Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan Mudharabah di

¹⁴ Zuhairi, dkk, *Pedoman Penulisan Skripsi*, (Metro: Ian Metro, 2018)

BMT Ar-RahmahArta Syariah Mojokerto”. Fokus Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk simpanan mudharabah di BMT Ar Rahamh. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Pada dasarnya, penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan sampel besar. Dengan menggunakan metode kuantitatif maka data akan jelas, rinci, dan berjalan secara objektif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi etika pemasaran Islam oleh pihak pemasar dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk simpanan mudharabah di BMT Ar-Rahmah Arta Syariah Mojokerto. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, Kuisoner dan observasi.¹⁵

2. Endah Dwi Agustina (2016) “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta”, Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Hasil Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Analisis pengolahan data bersifat kuantitatif. Populasi yang menjadi objek penelitian ialah pegawai BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta. Data-data penelitian diperoleh melalui: (1) kuesioner (2) wawancara, dan (3) observasi.¹⁶

¹⁵Novarian Amalia Anggraini, “Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan Mudharabah Di BMT Ar-RahmahArta Syariah Mojokerto” (Skripsi, Malang, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2022).

¹⁶Endah Dwi Agustina, “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta” (Skripsi, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2016).

3. Metia Ehda Agusti (2019) “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Nasabah Terhadap *Customer Retention* (Studi Kasus PT BPRS Adan Kota Bengkulu)”, Hasil penelitian ini diketahui bahwa Etika Bisnis Islam dan Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap *Customer Retention* pada BPRS Adam Kota Bengkulu .Dapat diasumsikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap *customer rentention*. Adapun jenis penelitian ini adalah jenis penelitian Kuantitatif dala mengumpulkan data.Sumber data yang digunakan peneliti dalam penelitian ialah Wawancara, Kuesioner dan Dokumentasi¹⁷

Dapat di simpulkan bahwa persamaan penelitian relevan antara Novarina Amalia Anggraini antaraEndah Dwi Agustina, danMetia Ehda Agusti. Dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu sama-sama membahas mengenai Etika *marketing* islam dan etika bisnis islam terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi fokus penelitian yang dikaji berbeda. Fokus dari ketiga penelitian tersebut adalah fokus penelitiannya adalah untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah secara kuantitatif. Sedangkan dalam penelitian ini hanya terfokus puas atau tidaknya nasabah pada etika *marketing* terhadap kepuasan nasabah yang diberikan oleh BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

¹⁷Metia Ehda Agustin, “*Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Customer Retention (Studi Kasus PT BPRS Adan Kota Bengkulu)*” (Skripsi, Bengkulu, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2019).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Etika *Marketing* Islam

1. Pengertian Etika Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani yaitu *ethos* yang dapat diartikan sebagai moral atau moralitas. Etika diterapkan untuk menilai baik atau buruk dan benar atau salah terhadap suatu perbuatan atau tindakan yang dilakukan.¹ Teori etika berkaitan dengan *orthopraxis* yang diartikan sebagai tindakan yang benar. Menurut Fredick, Davis dan Post mendefinisikan etika sebagai seperangkat aturan yang menentukan pada perilaku yang benar atau salah. Kondisi ini terkait perilaku seseorang mampu diterima oleh masyarakat atau sebaliknya karena dinilai sebagai perbuatan salah.²

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena berperan menentukan apa yang harus dilakukan.³ Pada dasarnya etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis terutama dalam hal kepribadian tindakan dan perilakunya. Secara etimologi etika identik dengan moral karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata *emos* (dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara

¹Budi Prihatminingtyas, *Etika Bisnis Suatu Pendekatan Terhadap Stakeholders*, (Malang: CV IRDH, 2017), 1.

²Moh Nasuka, S. E, *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*, (UNISNU PRESS, 2021), 31.

³Dimyudin Djuwani, *Pengantar fikih muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 28.

hidup.⁴ Etika adalah ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa yang benar dan salah, yang baik dan yang buruk, yang bermanfaat dan tidak bermanfaat oleh seorang individu.

Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika dalam al-qir'an adalah Khuluq. Al-Qur'an juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan: *khair* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui) an taqwa (ketaqwaan). Tindakan terpuji disebut dengan salihat dan tindakan yang tercelah disebut sebagai sayyiat.⁵

Dalam bisnis islam etika merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya tentu melanjutkan untuk hal-hal yang benar yang berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan. Dalam uraian tersebut dapat disimpulkan etika islam adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, salah, hal haram dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariah.

2. *Marketing* Islam

Marketing yaitu salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam ajaran islam sepanjang dalam segala aspek transaksinya terhindar

⁴ A.Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*, (Jakarta: Amzah, 2010), .47.

⁵ Viethzal Rivai, et al., *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012),

dari hal-hal yang dianggap dilarang oleh ketentuan-ketentuan syariah.⁶ *Marketing* merupakan suatu sistem yang terdapat dalam kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan *exizting customer* dan *potential customer*.⁷

Definisi pemasaran menurut Kasmir adalah suatu kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa.⁸

Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya.

Djaslim S mengemukakan pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, memndistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan yan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.⁹

Pemasaran pada intinya adalah suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari nasabah dalam rangka untuk memberikan kepuasan yang optimal kepada

⁶Ifan Fahm, *Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 5.

⁷ Ratna Purnama Sari, et al, "Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.9 No 2, 2018, 134.

⁸ Khasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta:kencana, 2010), 53.

⁹ H.Nana Herdina abdulrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Pustaka Setia, Bandung: 2015), 2.

nasabah.¹⁰ Dari pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan *marketing* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan dalam rangka merencanakan, mengorganisasikan, mempromosikan, dan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Menurut pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian etika *marketing* adalah sebuah kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dalam merencanakan, mengorganisasikan, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dilakukan sebuah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan prinsip-prinsip etika *marketing* islam.

Pemasaran dalam islam adalah bentuk muamalah yang dibenarkan dalam islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal terlarang oleh ketentuan syariah. Sedangkan menurut Kertajaya dan Sula, Marketing islam adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value* dari suatu investor kepada stacholdernya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah bisnis dalam islam.¹¹

.Perkembangan mengenai kajian konsep *Marketing Islamic* menurut Saeed, Ahmed dan Mukhtar menyatakan bahwa etika *Marketing* Islam disarkan pada prinsip keadilan dan kejujuran. Etika *marketing* dalam perpektif Islam memiliki tiga karakteristik yaitu :¹²

6. ¹⁰ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta,2010) ,

¹¹ Herman Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Markering*, (2006), 9.

¹² Moh Nasuka, S.E, *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*, (UNESNU PRESS, 2021),

- a. Etika *marketing* Islam didasarkan pada perintah-perintah Al-Quran dan tidak meninggalkan ruang untuk perbedaan interpretasi oleh pelaku *marketing* sesuai dengan kehendak dan keinginan masing-masing.
- b. Perbedaan utama pada aspek transendental secara mutlak dan watak aslinya tidak mudah dipengaruhi.
- c. Pendekatan Islam menekankan pada memaksimalkan nilai yang lebih mementingkan kesejahteraan masyarakat dibandingkan dengan keuntungan pribadi sebanyak mungkin.

Seorang petugas pemasaran harus selalu mengedepankan sikap baik kepada calon pelanggan. Hal ini sesuai dengan firman Allah swt dalam surat Aal-Hijr ayat 88.

Allah Swt berfirman :

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ
وَأخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ ﴿٨٨﴾

*Artinya : "Janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman." (Q.S Al-Hijr (15:88)).*¹³

¹³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan* (Bandung: CV Diponegoro, 2018), 266.

Ayat diatas dapat dipahami bahwa seorang muslim diharuskan memiliki sikap baik kepada sesama muslim serta senantiasa bersimpatik kepada sesama muslim. Dalam proses pemasaran islam seorang petugas pemasaran diharuskan memiliki sikap baik dan memiliki rasa simpati kepada calon pelanggan.

Berdasarkan pada pengertian yang telah diuraikan mengenai etika *marketing* Islam maka dapat dipahami bahwa etika *marketing* dalam perpektif Islam merupakan sebuah perilaku dalam melakukan *marketing* dengan baik yang dibangun atas dasar prinsip ekonomi dalam Islam yang mendasarkan prinsip syariah Islam dengan menekankan konsep akhlak. Karim menjelaskan konsep etika *marketing* terfokus pada prinsip umum ekonomi Islam dan konsep akhlak.

3. Karakteristik *Marketing* Islam

Menurut kertajaya dan sula terdapat empat karakter *marketing* islam yang menjadi panduan bagi *marketeing* yaitu:¹⁴

a. Ketuhanan (*rabbaniyah*/religius)

Karakteristik *marketing* Islam yang tidak dimiliki *marketing* konvensional yang dikenal selama ini adalah ifatnya yang religius. Pemasaran Islam selalu berdiri pada batas-batas yang telah ditetapkan oleh Allah SWT, menjauhi daerah yang diharamkan Allah dan semaksimal mungkin meninggalkan daerah syubhat atau daerah abu-abu dalam setiap kegiatannya.

¹⁴ Nurul Huda et al, "Pemasara Syariah" (Jakarta: Kencana, 2017), 52.

Seorang *marketing* Islam selalu meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan merupakan hukum yang paling adil, sehingga akan mematuhi dalam setiap aktivitas pemasaran yang dilakukan. Seorang *marketing* Islam meskipun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya. Penciptaan produk, penetapan harga, promosi, dan proses distribusi akan selalu memperhatikan setiap tindakan yang dilarang oleh Allah SWT yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadits. Sehingga ia akan mampu menghindari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Dengan konsep ini seorang *marketing* Islami akan sangat hati-hati dalam perilaku pemasarannya dan berusaha untuk tidak merugikan orang lain.

b. Etika (*akhlaqiyyah*)

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Yusuf Qardhawi bahwa hal yang membedakan antara sistem Islam dengan sistem agama lain adalah antara ekonomi dan akhlak tidak pernah terpisah sama sekali, seperti halnya tidak pernah terpisah antara ilmu dengan akhlak, antara politik dengan akhlak dan antara perang dengan akhlak. Akhlak adalah daging dan urat nadi kehidupan Islam.¹⁵

Begitu pula dengan kegiatan pemasaran, pemasaran syariah mengedepankan masalah akhlak. Pemasaran syariah adalah konsep

¹⁵ Ratna Purnama Sari. et al, "Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah", Jurnal Al- Infaq, Vol. 9 No. 2, 2018. 137-138.

pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena hal ini bersifat universal. Ketiadaan etika dapat mengakibatkan sebuah perusahaan terjatuh, dan kehancuran yang tidak hanya berdampak pada pelakunya namun juga seluruh pihak yang terkait dengannya. Seorang pemasar syariah harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya salah satunya dengan tidak memberikan janji manis yang tidak benar serta selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan tentang kualitas produk yang sedang ditawarkan.

c. Realistis (*al-waqi'yyah*)

Marketing islam bukanlah konsep yang eksklusif, fanatis, modernitas, dan kaku, melainkan konsep pemasaran yang fleksibel karena senantiasa mengikuti perkembangan dan kebutuhan pada zamannya yang didasarkan pada fiqh muamalah kontemporer, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamiah yang melandasinya.¹⁶

Marketing Islam bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa Arab dan mengharamkan dasi. Namun pemasar Islami haruslah tetap berpenampilan bersih, rapi, dan bersahaja apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakan.

¹⁶ *Ibid.* 138.

d. Humanistis (*insaniyyah*)

Karakteristik humanistis berarti bahwa syariat diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara. Syariat Islam adalah syariat humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa mempedulikan ras, warna kulit, kebangsaan, dan status. Sehingga pemasar Islami harus bersikap universal.

Setiap nasabah yang membutuhkan pelayanan bank syariah harus dilayani tanpa memandang apakah seorang muslim ataupun non muslim apakah dari status sosial yang rendah atau status sosial yang tinggi semuanya harus dilayani dalam industri perbankan syariah. Selain itu, karakter humanistis menunjukkan posisi antara bank dan nasabah. Posisi bank dan nasabah berada pada tingkatan yang sama yaitu mitra sejajar dan posisi antara bank dan nasabah diikat oleh persaudaraan. Nasabah dalam konsep pemasaran islam bukanlah objek belaka namun bertindak pula sebagai subyek dalam aktivitas pemasaran. Sehingga pemasar islam sebagai ujung tombak perbankan harus mampu merangkul nasabah agar dapat menjadi kunci kemajuan bank.

4. Prinsip-Prinsip Etika *Marketing* Islam

Seorang petugas *marketing* dalam Islam diwajibkan memiliki beberapa sikap dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan. Dalam

mengukur etika *marketing* Islam maka terdapat beberapa prinsip yang digunakan. Adapun prinsip etika *marketing* Islam yaitu :¹⁷

a. Memiliki kepribadian spiritual (Takwa)

Seorang pembisnis ketika menjalankan bisnisnya dalam suasana sibuk melayani pembeli, hendaknya selalu bersikap taqwa selalu mengingat Allah. Kesadaran akan Allah hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan.

b. Berkepribadian Baik dan Simpatik (*Shidiqq*)

Berperilaku baik, sopan dan santun kepada konsumen atau nasabah adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Seorang pengusaha ketika menjalankan kegiatan bisnis dalam Al-Qur'an diharuskan untuk berperilaku sopan dalam segala hal, bahkan ketika sedang berhadapan dengan orang-orang bodoh.

c. Berlaku Adil Dalam Berbisnis (*Al-'Adl*)

Agama Islam sangat mengutamakan prinsip keadilan, secara umum keadilan merupakan salah satu prinsip terpenting dalam bermuamalah. Dalam kegiatan bisnis harus tergambarkan bagi semua stakeholder, maka semuanya harus merasakan keadilan. Sehingga dengan memperlakukan sama maka tidak ada pihak yang merasa dirugikan, terutama bagi stakeholder utama, yaitu pemegang saham, pelanggan, dan karyawan.

¹⁷*Ibid.*,55–56.

d. Melayani dengan Rendah Hati (*Khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya. Melekat dalam sikap ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya. Suatu bisnis apa lagi di dunia perbankan syariah akan senantiasa berkembang dan sukses manakala ditunjang dengan adanya pelayanan terbaik.¹⁸

e. Selalu Menepati Janji dan Tidak Curang (*Tathfif*)

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan barang, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati. Pelaku bisnis yang tidak bisa memenuhi janjinya dapat dikatakan sebagai golongan orang yang munafiq.

f. Jujur dan Terpercaya (*Amanah*)

Kejujuran merupakan sikap yang dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang awam manakala tidak dihadapkan pada ujian berat atau dihadapkan pada godaan duniawi. Dengan sikap kejujuran seorang karyawan *marketing* akan dipercaya oleh para nasabahnya

¹⁸ *Ibid*, 56-57.

akan tetapi bila karyawan *marketing* tidak jujur maka nasabah tidak akan tertarik dengan pelayanannya maupun promosi pembiayaan produk tersebut.

g. Tidak Suka Berburuk Sangka (Su'uzhon)

Saling menghormati satu sama lain adalah ajaran Nabi Muhammad SAW yang harus di Implementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha atau lembaga keuangan menjelekkan lembaga keuangan lain hanya untuk persaingan bisnis.¹⁹

h. Tidak menjelek-jelekan (Ghibah)

Ghibah adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada dihadapannya. Ini merupakan kelicikan, sebab hal ini sama saja dengan menusuk dari belakang. Sikap semacam ini merupakan salah satu bentuk penghancuran karakter, sebab pengumpatan dengan model seperti ini berarti melawan orang lain yang tidak berdaya. Biasanya seorang *marketing* senang apabila telah mengetahui kelemahan, kejelekan dan kekurangan lawan bisnisnya. Biasanya kelemahan dan kejelekan ini senjata untuk memenangkan pertarungan dipasar dengan jalan menjelek-jelekan atau menfitnah lawan bisnisnya.

¹⁹ *Ibid*, 58-60.

i. Tidak melakukan Suap (*Risywah*)

Suap (*Riswah*) merupakan salah satu perbuatan tercela yang dilarang dalam Islam dan termasuk kedalam kategori mencari kekayaan dengan cara yang bathil. Perbuatan suap semacam ini haram hukumnya, baik bagi yang memberi ataupun yang menerima. Dalam Islam tidak hanya mengaramkan penyipuan akan tetapi kedua belah pihak yang memberi dan menerima akan diancam masuk neraka diakhirat.²⁰

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja suatu produk. Nasabah merupakan fokus utama dalam pembahasan kepuasan dan kualitas jasa.²¹

Kepuasan nasabah menurut Barkelay dan Saylor merupakan fokus dari proses manajemen berorientasi pada nasabah, bahkan dinyatakan pula bahwa kepuasan nasabah adalah kualitas. Sedangkan menurut Umar Kepuasan nasabah merupakan orientasi pemasaran yang semakin penting untuk dilaksanakan. Pengertian kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan dengan harapannya. Sedangkan

²⁰ *Ibid*, 60.

²¹ Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Dan Perbankan* (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), 31.

menurut Lupioyadi kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan.²²

Engel et al mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Band mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi atau melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan nasabah. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan nasabah maka kepuasan tidak tercapai. Nasabah yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.²³

Kotler mendefinisikan kepuasan nasabah sebagai perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut dengan yang diharapkan.²⁴

Dari pendapat diatas, dapat disimpulkan kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Pada dasarnya pengertian kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara

²²M Rizalfah, M Hufron, and F Rahman, "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang)," *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, Vol 9, 2020, 3.

²³A Arianto and R Amalia, "Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Jne Di Kota Banda Aceh Terkait Keterlambatan Pengantaran," *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh* Vol. 10 No.2 (2020). 25.

²⁴Agung Anggraini Putri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Suar Nusa Jaya Tour," *Jurnal Value* Vol 2 No 2, 2021, 354.

perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

2. Indikator Kepuasan Nasabah

Hawkins dan Lonney yang dikutip kembali oleh Tjiptono berpendapat dalam melihat kepuasan nasabah dapat menggunakan beberapa indikator diantaranya adalah:²⁵

- a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:
 1. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
 1. Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan *marketing* cukup memuaskan.

²⁵ Venny Natalie, dkk, “Pengaruh Service performance, Kepercayaan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo Cabang Beo”, Jurnal Emba, Vol. 8 No 3, 2020, 334.

2. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah menggunakan produk perbankan syariah.
 3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan oleh bank cukup memadai.
- c. Kesiediaan merekomendasikan, merupakan kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga meliputi:
1. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk bank syariah yang ditawarkan karena pelayanan memuaskan.
 2. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk bank syariah yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 3. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk bank syariah yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

3. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan suatu tujuan utama pada suatu perusahaan dalam rangka memperoleh kepercayaan dari nasabah. Menurut Kasmir, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan sehingga nasabah meninggalkan bank, sebagai berikut:²⁶

²⁶ Ratna Purnama Sari, et al, "Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol.9 No 2, 2018, 140.

1. Pelayanan yang tidak memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh seorang *marketing*. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik, merasa disepelekan, tidak diperhatikan atau kadang nasabah merasa tersinggung.

2. Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

3. Ingkar janji, tidak tepat waktu

Petugas *marketing* tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

4. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah meninggalkan bank yang bersangkutan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka adalah garis besar atau rancangan isi kerangka, dalam hal ini skripsi yang dikembangkan dari topik yang telah ditentukan. Ide-ide atau gagasan yang terdapat dalam kerangka pikir pada dasarnya adalah penjas

atau ide bawahan topik. Dengan demikian kerangka merupakan rincian topik atau berisi hal-hal yang bersangkutan patut dengan topik.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari bagan tersebut dapat dijelaskan bahwa BPRS Tani Tulang Bawang Barat, penulis akan meneliti tentang etika *marketing* islam terhadap kepuasan nasabah dilakukan oleh BPRS Tani Tulang Bawang Barart yang terdiri dari etika *marketing* islam sehingga dapat diketahui bahwa BPRS Tani Tulang Bawang Barat telah menerapkan prinsip-prinsip etika *marketing* islam terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

B. Sumber Data

Sumber data yang dimaksudkan didalam penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana data tersebut didapatkan. Oleh karena itu sumber data dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer didapatkan langsung dari sumber pertama dilokasi penelitian. Data primer juga merupakan data-data yang diperoleh dan digali langsung oleh sumber pertama atau subjek penelitian atau data yang didapat secara langsung dari nasabah.¹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*, Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data.² Sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara kepada pimpinan BPRS 1 orang, wawancara kepada *marketing* 3 orang dan wawancara kepada nasabah 10 orang.

¹*Ibid*, 247

²*Ibid*, 369.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan untuk memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembandingan.³

Sumber data sekunder pada penelitian ini meliputi buku-buku, artikel, jurnal, dan internet yang digunakan sebagai penunjang peneliti untuk mengungkap data-data yang diperlukan. Yang berkaitan dengan Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam menyusun skripsi ini adalah (*Field Research*) atau yang sering disebut penelitian lapangan. *Field Research* atau penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk memahami karakteristik individu maupun kelompok tertentu secara fokus mendalam yang dilakukan termasuk dalam kelompok studi kasus.⁴

Peneliti yang dimaksud dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif adalah dilakukan secara langsung di BPRS Tani Tulang Bawang Barat sebagai lokasi penelitian yang peneliti pilih untuk mengetahui tentang Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), 10.

⁴ Frida Nugrahani, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, (Solo. Cakra Book, 2014), 48.

2. Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian dengan data kualitatif yang di analisis untuk mengambil kesimpulan. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan mengartikan suatu mengenai situasi atau kejadian.⁵ Dalam hal ini peneliti tertuju pada fakta penelitian mengenai Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data adalah teknik penelitian yang dilakukan sebagai salah satu tahapan dalam penelitian merupakan hal mendasar yang peneliti harus paham dan lakukan dengan benar. Peneliti harus memiliki dasar pengetahuan yang baik terkait dengan teknik pengumpulan data.⁶

Penelitian adalah salah satu bentuk kegiatan ilmiah, maka proses pengumpulan data juga harus dapat dilakukan dengan menggunakan kaidah-kaidah ilmiah. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dalam istilah yang lain sering disebut sebagai *interview*. Wawancara adalah salah satu teknik dalam pengumpulan data yang biasa dilakukan dalam penelitian ilmiah. Pelaksanaan wawancara

⁵ Hardani, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Cv Pustaka Ilmu, 2020) , 248.

⁶Elidawaty Purba et al., *Metode Penelitian Ekonomi* (Yayasan Kita Menulis, 2021), 85.

dapat dilakukan secara langsung kepada responden yang dituju atau dapat memberikan daftar pertanyaan yang harus dijawab pada kesempatan lain

Wawancara yang akan digunakan peneliti adalah Wawancara terstruktur dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ilmiah dengan cara melakukan wawancara di mana peneliti telah mempersiapkan instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan tertulis yang telah disiapkan sebelumnya. Melalui wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama dan peneliti harus mencatat jawaban pertanyaan tersebut. maka dari itu, peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada nasabah.⁷ Sebagai penerima pelayanan tentang Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan situasi atau peristiwa masa lalu. Dokumentasi bisa dalam bentuk gambar, tulisan, atau karya monumental seseorang. Memahami bahwa dokumentasi merupakan sarana pengumpulan data melalui arsip yang berkaitan dengan topik penelitian.⁸ Dokumentasi yang digunakan peneliti ini yakni bersumber dari BPRS Tani Tulang Bawang Barat terkait data profil dan topik penelitian. Dokumentasi tersebut baik dalam bentuk brosur, rekaman, dokumentasi foto-foto, serta laporan atau buku-buku yang mempunyai keterkaitan dengan peneliti.

⁷*Ibid*, 87.

⁸*Ibid*, 88.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain⁹. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh.

Miles and Huberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara intraktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan/ verifikasi (*conclusion drawing/ verification*). Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi.

Berdasarkan penjabaran mengenai analisis diatas, maka dalam menganalisis data peneliti menggunakan hasil wawancara, pencatatan

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2013), 243.

dokumen, dibuat catatan lapangan secara lengkap. Kemudian merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan membuang yang tidak perlu.

2. Penyajian Data (*data display*)

Penyajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan.¹⁰

Berdasarkan penjabaran diatas peneliti menyusun sajian data dalam bentuk uraian singkat supaya maknanya lebih jelas dipahami. kemudian dirumuskan kesimpulan sementara.

3. Penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/ verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh.¹¹

Berdasarkan penjabaran diatas peneliti menarik kesimpulan dari pengumpulan data dan bukti-bukti yang valid, penelitian ini dapat menjawab permasalahan bagaimana etika *marketing* Islam terhadap kepuasan nasabah.

¹⁰ *Ibid*, 249.

¹¹ *Ibid*, 252

E. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh.¹²

Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti menguji keabsahan data menggunakan Triangulasi metode dimana peneliti mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh melalui hasil wawancara, penelitian lapangan dan dokumentasi, kemudian menganalisis dan mengolah data yang di peroleh menggunakan pola fikir yang mengacu pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis dan di simpulkan sehingga pemecahan masalah atau solusi yang dapat berlaku secara umum.

¹² Afifudidin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:: CV Pustaka), 2009, 144-145.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Tani Tulang Bawang Barat

1. Sejarah dan Perkembangan PT. BPRS Tani Tulang Bawang Barat

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Tani Tulang Bawang Barat yang berada di desa Panaragan Jaya, Kecamatan Tulang Bawang Tengah Kabupaten Tulang Bawang Barat yang di resmikan pada tanggal 19 Januari 2016 yang di resmikan oleh Bupati Tulang Bawang Barat dengan modal awal Rp.4.040 Milyar.

Dimana awal mula berdirinya BPRS Tani Tulang Bawang Barat dikarenakan Sebagian banyak masyarakat sekitar memiliki pengeluaran yang tinggi namun memiliki pendapatan yang rendah sehingga tidak dapat untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Mayoritas masyarakat desa tersebut bermata pencaharian sebagai petani sehingga BPRS tersebut bernama BPRS Tani Tulang Bawang Barat.¹

BPRS Tani Tulang Bawang Barat merupakan salah satu badan usaha milik Pemerintah Daerah Tulang Bawang Barat, setelah beroperasi kurang lebih 6 tahun, BPRS Tani Tulang Bawang Barat telah memiliki asset mencapai 31 milyar per 31 Desember 2022. Masyarakat sudah banyak yang merasakan manfaat atau merasa terbantu dengan berdirinya BPRS Tani Tulang Barat. BPRS Tani Tulang Bawang Barat ini memiliki banyak produk yang ditawarkan kepada masyarakat namun sejak dulu hingga saat ini produk unggulan yang dipakai adalah Multijasa dan Murobahah. Produk

¹ Dokumentasi BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

yang di tawarkan kepada masyarakat diantaranya simpan pinjam, masyarakat yang ingin menabung, ingin meminjam untuk modal usaha dengan margin yang kecil, BPRS Tani Tulang Bawang Barat inilah yang membantu banyak masyarakat sekitar.²

2. Visi dan Misi BPRS Tani Tulang Bawang Barat

BPRS Tani Tulang Bawang Barat mempunyai visi dan misi yang akan dicapai sesuai dengan prinsip syariah. Visi dan Misi tersebut antara lain .³

a. Visi

Membangun BPRS yang sehat, kuat, dan besar melalui produk dan jasa layanan yang berdiri khas untuk kesejahteraan masyarakat.

b. Misi

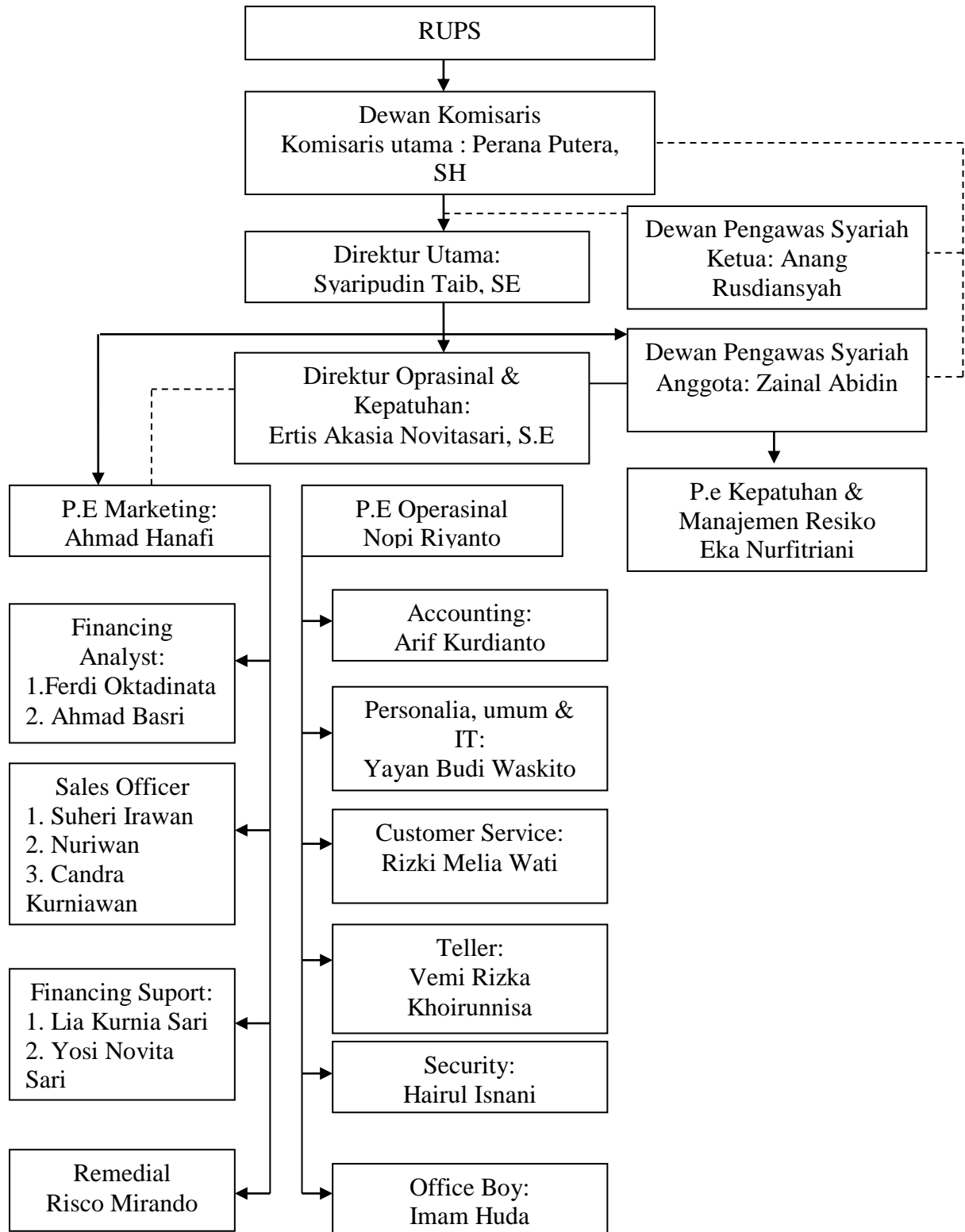
1. Melayani nasabah dengan produk dan jasa layanan yang sesuai dengan kebutuhan
2. Menyediakan lingkungan kerja yang dinamis agar dapat menunjang perkembangan tenaga professional yang berkualitas, berdedikasi, dan memiliki integritas yang tinggi
3. Memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi terhadap lingkungan sekitar sebagai wujud partisipasi aktif membangun daerah dan negara
4. Meningkatkan daya saing perusahaan di tengah pertumbuhan industri yang cepat untuk memberikan keuntungan yang wajar bagi para pemegang saham dan berbagai pihak yang berkepentingan.

² Dokumentasi BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

³ Dokumentasi BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

3. Stuktur Organisasi BPRS Tani Tulang Bawang Barat

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BPRS Tani Tulang Bawang Barat



Susunan Organisasi Kantor Pusat PT. BPRS Tani Tulang Bawang Barat:

1. Dewan Komisaris :
 - a. Dewan Komisaris Utama: Perana Putera, SH
2. Dewan Pengawas Syariah:
 - a. Ketua: Anang Rusdiansyah
 - b. Anggota: Zainal Abidin
3. Dewan Direktur :
 - a. Direktur Utama : Syaripudin Taib, SE
 - b. Direksi :
4. Remedial : Risco Mirando
5. P.E Kepatuhan dan Manajemen Resiko: Eka Nurfitriani
6. Internal Audit : Eni Erviana
7. P.E Marketing
 - a. Kepala bagian marketing: Ahmad Hanafi
8. P.E Operasional : Nopi Riyanto
9. Financing Analyst:
 - a. Ferdi Oktadinata
 - b. Ahmad Basri
10. Sales Officer
 - a. Suheri Irawan
 - b. Nuriwan
 - c. Candra Kurniawan

11. Financing Suport
 - a. Lia Kurnia Sari
 - b. Yosi Novita Sari
12. Accounting: Arif Kurdianto
13. Personalia, umum & IT: Yayan Budi Waskito
14. Customer Service: Rizki Melia Wati
15. Teller: Vemi Rizka Khoirunnisa
16. Security: Hairul Isnani
17. Office Boy: Imam Huda

B. Deskripsi Data Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat

Etika pemasaran islam merupakan suatu prinsip-prinsip syariah yang harus dipenuhi oleh seorang marketer dalam menjalankan fungsi pemasaran secara syariah. Dalam hal ini seorang marketer harus memiliki kepribadian sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat menjelaskan mengenai penggunaan metode etika *marketing* islam menyatakan bahwa :

“Etika *marketing* di BPRS ini sudah sesuai dengan prinsip islam. Kami memiliki prinsip dalam berpromosi serta melakukan penagihan angsuran pembiayaan harus selalu sesuai dengan prinsip syariah. Karyawan disini harus bertakwa, memiliki rasa simpati pada nasabah, bersikap adil dan tidak merugikan, rendah hati, jujur dan tidak melakukan suap”.⁴

⁴ Hasil Wawancara Kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

Hasil wawancara yang telah dikemukakan selaras dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai pelayanan yang diberikan kepada nasabah menyatakan bahwa :

“Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah atau calon nasabah kami selalu memberikan pelayanan yang terbaik, dari sikap, etika, cara berbicara, sopan santun dan bahkan dari pakaian yang kami kenakan”.⁵

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, mengungkapkan bahwa :

“Perilaku saya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tentunya berperilaku baik, menjaga sopan satun, memberikan informasi yang baik, memberikan pemahaman kepada nasabah atau calon nasabah dengan telaten dan teliti.”⁶

Selain itu hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat tentang pelayanan yang diberikan kepada nasabah menyatakan bahwa :

“Pada saat memberikan pelayanan kepada nasabah tentunya yang harus diutamakan sikap dan etika selain kita menguasai informasi dan spesifikasi produk. Intinya sikap dan tutur kata harus baik kepada nasabah.”⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai penggunaan metode etika *marketing* islam dapat dipahami bahwa dalam melakukan promosi yang dijalankan oleh BPRS Tani Tulang Bawang Barat

⁵ Hasil Wawancara kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁶ Hasil Wawancara kepada Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023

⁷ Hasil Wawancara kepada Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023

selalu mengedepankan prinsip etika *marketing* Islam dengan menerapkan sikap taqwa kepada Allah, memiliki rasa simpati, bersikap adil, rendah hati, jujur dan tidak melakukan suap.

Penggunaan etika *marketing* islam yang baik dan sesuai dengan prinsip syariah maka dapat memiliki dampak positif dan memberikan keuntungan kepada BPRS Tani Tulang Bawang Barat. Salah satu dampak positif yang diperoleh BPRS Tani Tulang Bawang Barat yaitu tercipta kepuasan nasabah. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai apakah terdapat peningkatan kepuasan nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Ada, jadi sebenarnya lembaga keuangan syariah harus memprioritaskan kepuasan nasabah. Namun tetap harus memegang prinsip syariah. Dengan upaya yang selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah maupun calon nasabah akan menjadikan nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Dengan begitu nasabah puas dan memungkinkan akan merekomendasikan kepada teman atau saudara untuk ikut bergabung menjadi nasabah.”⁸

Hasil wawancara yang telah dilakukan dapat dipahami bahwa terdapat apabila terdapat peningkatan penggunaan metode etika *marketing* islam maka akan berdampak terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan yang terbaik kepada nasabah atau calon nasabah maka akan menimbulkan kepuasan terhadap nasabah.

Kualitas pelayanan terhadap nasabah pada dasarnya harus memiliki kriteria yang mampu membangun kepuasan nasabah. Hasil wawancara yang

⁸ Hasil Wawancara Kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

telah dilakukan oleh Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Untuk pelayanan nasabah pada BPRS ini sudah mencakup lima aspek tersebut. Misalnya dalam melakukan penagihan angsuran kepada nasabah maupun promosi mengenai produk ada beberapa kelebihan maka kelebihan yang ditawarkan ini sudah benar adanya. Artinya nasabah merasa sesuai dengan apa yang dikatakan pada saat promosi dan kondisi sebenarnya. selanjutnya responsive disini karyawan BPRS harus tanggap dalam pelayanan pada BPRS maupun pelayanan informasi. Assurance ini berkaitan dengan sikap karyawan sopan santun, perkataan yang diberikan kepada nasabah. Empaty dalam hal ini BPRS memberikan perhatian khusus kepada nasabah sehingga dalam hal ini nasabah merasa diperhatikan. Selanjutnya tangible berkaitan dengan bukti fisik yang dapat dilihat oleh nasabah misalnya kondisi BPRS yang nyaman, karyawan yang bersikap rapi dalam melayani dan fasilitas yang diberikan kepada nasabah.”⁹

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat dalam membangun kepuasan nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat dapat dipahami bahwa dalam memberikan pelayanan kepada nasabah mampu memenuhi lima prinsip kepuasan nasabah yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*.

Dalam memenuhi kriteria kepuasan nasabah selain melakukan pelayanan tentunya BPRS Tani Tulang Bawang Barat juga memperhatikan kualitas produk. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Kualitas produk yang terdapat pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat telah memenuhi kriteria kepuasan nasabah. performance ini berkaitan

⁹ Hasil Wawancara Kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

dengan fungsi produk jasa yang BPRS sediakan, misalnya produk pembiayaan untuk modal kerja mampu membantu nasabah dalam memperbesar usahanya. Reliability berkaitan dengan keuntungan yang dijanjikan pada masing-masing produk. Conformance kesesuaian spesifikasi fungsi yang dijelaskan oleh *marketing* dengan kondisi aslinya. Durability ini berkaitan dengan jangka waktu, seberapa lama produk dapat digunakan dan yg terakhir consistency disini berkaitan dengan seberapa jauh produk dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan menjadi kompetitor oleh produk lain. Jadi produk di BPRS ini sudah memiliki kriteria tersebut”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai produk yang terdapat pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat telah mencangkup lima prinsip yaitu *performace, reliability, conformance, durability* dan *consistency*.

Kepuasan nasabah merupakan suatu hal yang merupakan suatu keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil dari suatu perbandingan kinerja atau hasil produk yang dibutuhkan nasabah. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai pelayanan nasabah menyatakan bahwa :

“Tanggapan nasabah selama ini kebanyakan menyatakan senang dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh BPRS.”¹¹

Kondisi senang dan nyaman yang dirasakan oleh nasabah dalam hal ini didukung dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai pelayanan yang diberikan kepada nasabah menyatakan bahwa :

“Pelayanan yang diberikan kepada nasabah tentunya tetap mempertahankan prinsip etika *marketing* islam. Berupa memberikan penghormatan dan penghargaan. Untuk memberikan penghormatan biasanya kami memberikan pujian kepada nasabah agar nasabah merasa

¹⁰ Hasil Wawancara Kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

¹¹ Hasil Wawancara Kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

di perhatikan Penghargaan biasanya seperti pemberian bingkisan tetapi ini bukan sebagai suap namun semacam *reward* kepada nasabah jika misal nasabah melakukan pembayaran angsuran secara teratur, tidak pernah telat”.¹²

Hasil wawancara yang telah dilakukan sependapat dengan wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Basri dan Nuriwan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang menyatakan bahwa dalam memberikan penghormatan dan penghargaan kepada nasabah umumnya dilakukan melalui pemberian bingkisan atau *gift* kepada nasabah.¹³

Etika *marketing* Islam harus dimiliki oleh seluruh marketer yang mencakup sembilan aspek penting yaitu :

a. Kepribadian Spiritual (*Taqwa*)

Dalam melakukan promosi seorang marketer dituntut memiliki etika *marketing* islam yang baik. Dalam hal ini seorang marketer harus memenuhi prinsip etika *marketing* islam. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menjelaskan bahwa :

“Untuk kepribadian spriritual tentunya sudah bukan, karena tuntutan pekerjaan saja melainkan ini memang kewajiban saya kepada Allah”¹⁴

Hasil wawancara yang telah dilakukan sependapat dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh Ahmad Basri dan Nuriwan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa dalam

¹² Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

¹³ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri dan Nuriwan selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

¹⁴ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

kepribadiannya sudah memiliki kepribadian spiritual. Kepribadian spiritual yang dimaksudkan berupa dalam menjalankan tugas senantiasa bertaqwa kepada Allah mematuhi segala perintah dan larangan Allah dalam segala tindakan. Karena kepribadian spritual sudah bukan tuntutan pekerjaan saja melainkan kewajiban setiap manusia kepada Allah.¹⁵

Wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Subakri selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang mengenai kepribadian spiritual marketer menyatakan bahwa :

“Sepengetahuan saya karena sudah lama menjadi nasabah BPRS ini kepribadian spiritual seluruh karyawan sudah baik.”¹⁶

Hasil wawancara yang dilakukan kepada Ibu Supiyani menyatakan bahwa :

“Kalau untuk kepribadian spiritual saya rasa ini tanggung jawab pribadi masing-masing, saya tidak begitu paham soal ini. Karena saya juga tidak tahu saat mereka menjalankan solat atau tidak. Pada intinya sikap karyawan kepada saya baik.”¹⁷

Selain itu hasil wancara lain yang telah peneliti lakukan kepada Bapak Suhadi menyatakan bahwa :

“Sudah, kepribadian spiritual karyawan BPRS menurut saya baik. Karena terlihat dari sikap baik, sabar, sopan santun ini kemungkinan kepribadian spiritualnya juga bagus”¹⁸

¹⁵ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri dan Nuriwan selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

¹⁶ Hasil Wawancara Kepada Bapak Subakri selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

¹⁷ Hasil Wawancara Kepada Ibu Supiyani selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

¹⁸ Hasil Wawancara Kepada Bapak Suhadi selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

Hasil wawancara yang telah dikemukakan selaras dengan wawancara yang dilakukan kepada nasabah lain yaitu Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa yang menyatakan bahwa para petugas BPRS Tani Tulang Bawang Barat memiliki kepribadian spiritual yang baik. Hal diungkapkan karena selama memberikan pelayanan kepada para nasabah selalu mengepankan prinsip-prinsip syariah. Dengan begitu dapat menjadi tolak ukur bahwa petugas *marketing* pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat memiliki kepribadian spiritual yang baik.¹⁹

b. Berkepribadian Baik Dan Simpatik (*Shidiqq*)

Dalam memberikan pelayanan tentunya seorang *marketing* diharapkan memiliki sikap yang sopan kepada nasabah ataupun calon nasabah. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Basri selaku selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Dalam melayani nasabah tentunya kami selalu berperilaku sopan dan baik. Berbicara dengan baik, sopan dan tidak menyinggung. Selain itu kami juga selalu menjaga perasaan nasabah dengan selalu tampil tersenyum kepada nasabah dengan begitu nasabah akan merasa dilayani dengan baik. Meskipun terkadang capek, lelah atau kondisi hati tidak tentu tapi kami tetap professional.”²⁰

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Nuriwan selaku *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

¹⁹ Hasil Wawancara Kepada Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

²⁰ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

“Untuk melayani nasabah diibaratkan nasabah itu pembeli dan pembeli itu raja. Dengan begitu saya memberikan pelayanan yang sangat baik dan sopan. Karena kenyamanan nasabah ini nomor satu, selain didukung dengan produk yang menarik sikap baik dan sopan akan menjadi nilai *plus* bagi nasabah ataupun calon nasabah.”²¹

Selain itu pendapat lain yang dikemukakan oleh Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Tentunya kalau melayani nasabah harus dengan baik dan sopan. Misalnya saja kebetulan bertemu dengan nasabah yang lumayan susah untuk dicairkan suasananya kami tetap berupaya untuk berperilaku sopan dan baik. Terkadang juga ada nasabah yang marah-marah tetapi kami tetap menjaga sikap kami untuk selalu baik dan sopan kepada nasabah.”²²

Selain wawancara yang telah dilakukan kepada *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat, hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Sutarmin selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Kalau untuk sopan santun dalam melayani nasabah saya rasa semua petugas BPRS sudah menjalankan itu”²³

Pendapat lain dikemukakan oleh Ibu Anisa selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Untuk karyawan semua sudah bersikap baik dan sopan kepada nasabah”²⁴

²¹ Hasil Wawancara Kepada Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

²² Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

²³ Hasil Wawancara Kepada Bapak Sutarmin selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

²⁴ Hasil Wawancara Kepada Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

Hasil wawancara kepada nasabah yang telah dilakukan selaras dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada nasabah lain yaitu Bapak Subakri, Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Bapak Tukidi, Ibu Yanti dan Ibu Tugirah menyatakan bahwa dalam memberikan pelayanan, *marketing* nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat selalu bersikap baik dan sopan santun.²⁵

Namun pendapat berbeda dikemukakan oleh Bapak Subakri mengenai berkepribadian baik dan simpatik atau sopan santun yang dilakukan oleh petugas menyatakan bahwa :

“Saat melakukan penagihan angsuran kepada saya, ada beberapa petugas *marketing* yang etikanya kurang sopan saat menagih angsuran ke rumah saya bahkan petugas mengeluarkan ucapan kata-kata kotor kepada saya karena tidak bisa membayar angsuran pada waktu yang di tentukan. Memang benar kesalahan terletak kepada nasabah alangkah baiknya petugas memberikan toleransi kepada saya terkait perpanjangan waktu pembayaran angsuran ataupun saat menagih kerumah saya berperilaku lah yang sopan dan tidak menyinggung hati nasabah dan disitu juga saya merasa sakit hati dan kecewa atas etika sopan santun terhadap pelayanan tersebut.”²⁶

c. Berlaku Adil Dalam Berbisnis (*Al-‘Adl*)

Islam mengajarkan berlaku adil kepada siapapun pada saat berbisnis termasuk dalam proses pelayanan. Dalam memberikan pelayanan tentunya seorang marketer harus selalu bersikap adil kepada seluruh nasabah. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Nuriwan selaku *Marketing* BPRS

²⁵ Hasil Wawancara Kepada Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Bapak Tukidi, Ibu Yanti dan Ibu Tugirah selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

²⁶ Hasil Wawancara Kepada Bapak Subakri selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

Tani Tulang Bawang Barat mengenai berlaku adil kepada nasabah menyatakan bahwa :

“Kalau untuk adil kami selalu adil kepada semua nasabah. Kami memberikan perlakuan yang sama kepada semua nasabah.”²⁷

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai berlaku adil kepada nasabah menyatakan bahwa :

“Pasti kami selalu berlaku adil kepada seluruh nasabah. Namun terkadang ada untuk nasabah prioritas biasanya mendapatkan perlakuan khusus”²⁸

Wawancara yang telah dilakukan selaras dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang menyatakan bahwa :

“Kalau untuk adil saya rasa kami memperlakukan semua nasabah dengan sama. Namun kalau untuk nasabah prioritas biasanya prosesnya lebih cepat karena sudah sering bekerja sama.”²⁹

Selain melakukan wawancara kepada petugas BPRS Tani Tulang Bawang Barat, wawancara peneliti lakukan kepada nasabah salah satunya Bapak Ade Suherman mengenai sikap berlaku adil, yang menyatakan bahwa :

“Iya benar, semua *marketing* berlaku adil kepada saya. Tidak membeda-bedakan perlakuannya antara saya atau nasabah lain.”³⁰

²⁷ Hasil Wawancara Kepada Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

²⁸ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

²⁹ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

³⁰ Hasil Wawancara Kepada Bapak Ade Suherman selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

Hasil wawancara yang telah dikemukakan sependapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ibu Yanti yang menyatakan bahwa:

“Sudah, karena disini terlihat perlakuan antara saya dengan nasabah lain tidak dibeda-bedakan”³¹

Begitu pula hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Subakri, Bapak Suhadi, Ibu Supiyani, Bapak Sutarmin, Bapak Abu Hanifah, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa yang menjelaskan mengenai perlakuan adil para petugas *marketing* kepada nasabah menyatakan bahwa petugas yang berada di BPRS Tani Tulang Bawang Barat selalu berlaku adil kepada setiap masing-masing nasabah yang memiliki kepentingan di BPRS tersebut.³²

d. Melayani Dengan Rendah Hati (*Khidmah*)

Rendah hati merupakan suatu sikap seseorang yang dapat dikatakan tidak sombong atau angkuh terhadap orang lain. Seseorang yang memiliki sikap rendah hati selalu bersikap tenang, sederhana dan tentunya menjauhi sikap sombong. Berkenaan dengan pelayanan seorang marketer tidak diperkenankan memiliki sifat yang sombong kepada siapapun. Hasil wawancara yang telah dikemukakan oleh Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

³¹ Hasil Wawancara Kepada Ibu Yanti selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023

³² Hasil Wawancara Kepada Bapak Subakri Bapak Suhadi, Ibu Supiyani, Bapak Sutarmin, Bapak Abu Suherman, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

“Tentunya kami selalu melayani nasabah dengan rendah hati, dengan sabar saat melakukan penagihan angsuran bulanan dan kami menjelaskan mengenai kelebihan dan kekurangan yang tersapat pada produk pembiayaan di BPRS Tani Tulang Bawang Barat.”³³

Pendapat lain yang dikemukakan oleh Ahmad Basri dan Nuriwan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai sikap rendah hati menyatakan bahwa: Kami dan nasabah tidak hanya berakad sebagai kreditur dan debitur melainkan hubungan erat seperti keluarga. Kami tidak ingin menyakiti hati nasabah. Misalnya saja jika terdapat nasabah yang sudah jatuh tempo kami mengingatkan dengan menghubungi via whatsapp dengan rendah hati dan sopan tentunya tidak menggunakan perkataan-perkataan yang menyinggung dan kasar kepada nasabah.³⁴

Hasil wawancara yang telah dilakukan selaras pendapat yang dikemukakan oleh Bapak Ade Suherman selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang menyatakan bahwa :

“*Marketing* selalu memberikan pelayanan dengan penuh kerendahan hati, *marketing* sangat membantu dalam memahami produk-produk yang ada di BPRS dan menjelaskan sampai benar-benar paham”³⁵

Pendapat yang selaras dikemukakan oleh Bapak Abu Hanifah selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang menyatakan bahwa:

³³ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

³⁴ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri dan Nuriawan selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

³⁵ Hasil Wawancara Kepada Bapak Suhadi selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

“Sudah, pelayanan yang diberikan karyawan saya rasa sudah penuh dengan kerendahan hati di lihat dari saat melakukan penagihan angsuran dan penawaran produk pembiayaan sangat rendah hati kepada saya”³⁶

Hasil wawancara yang dilakukan kepada nasabah lain yang terdiri dari Bapak Sutarmin, Bapak Tukidi, Ibu Tugirah, Ibu Supiyani, Ibu Yanti dan Ibu Anisa menyatakan bahwa dalam memberikan pelayanan *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat selalu bersikap rendah hati dalam memberikan pelayanan.³⁷

Pendapat berbeda yang dikemukakan oleh Bapak Suhadi dan Bapak Subakri mengenai sikap rendah hati dalam melayani nasabah menyatakan bahwa terdapat beberapa sikap *marketing* yang meminta tagihan dengan nada yang tinggi, selain itu *marketing* juga tidak sabar dan tidak mau mendengarkan alasan dari nasabah atas keterlambatan pembayaran yang dilakukan.³⁸

e. Selalu Menepati Janji Dan Tidak Curang (*Tathfif*)

Menepati janji dapat diartikan sebagai terpenuhinya usaha seseorang yang telah dijanjikan kepada orang lain dimasa yang akan datang. Orang yang menepati janji merupakan orang yang mampu memenuhi semua yang dijanjikannya. Sebagai manusia dituntut sebagai orang yang mampu menepati janji kepada siapapun termasuk seorang

³⁶ Hasil Wawancara Kepada Abu Hanifah selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

³⁷ Hasil Wawancara Kepada Bapak Tukidi, Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Ibu Tugirh, Ibu Supiyani, Ibu Yanti dan Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

³⁸ Hasil Wawancara Kepada Bapak Suhadi dan Bapak Subakri selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

marketer. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Nuriawan selaku

Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Misalkan kita ada janji tiba-tiba terjadi dari beberapa faktor seperti ban gembos, rantai motor putus, hujan tiba-tiba, atau ada tiba-tiba saudaranya yang meninggal, tiba-tiba ada rapat dadakan ya kita menyampaikan ke nasabah, intinya kita terbuka. Kita tidak asal, misalnya sudah janji tetapi ada kendala kita tidak menyampaikan itu tidak boleh di kami. Kalau misal kita sudah janji dan terkendala sesuatu pasti kita menyampaikan. Intinya kita sampaikan keadaan kita kenapa kita tidak jadi, pastinya dikonfirmasi ke nasabah”³⁹

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Ahmad Hanafi selaku

Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Yang pasti kita konfirmasi dulu, dan kita lihat janjinya yang pertama janjinya itu seberapa penting, atau kalau tidak ya kita janji ulang nanti kita cocokkan di waktu yang bisa dan diatur ulang di hari yang lain”⁴⁰

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Basri selaku

Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat selaras dengan hasil wawancara sebelumnya, menyatakan bahwa :

“Saya prioritaskan dulu untuk yang punya jadwal duluan. Misalnya nih saya udah ada janji hari ini setelah sholat jum’at nanti saya kesana untuk survey pembiayaan terus nanti tiba-tiba ada rapat gitu dan di hari itu juga, kan saya sudah berjanji dua hari yang lalu misal ya saya izin dulu ke yang pemimpin rapat, pasti nanti dipersilahkan sama beliau.”⁴¹

Hasil wawancara yang telah dikemukakan kepada Bapak Subakri

selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

³⁹ Hasil Wawancara Kepada Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁴⁰ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁴¹ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

“Bukannya tidak menepati janji, namun sebelumnya kami terdapat pembicaraan diawal kalau diundur atau diganti hari pasti ada pemberitahuan diawal.”⁴²

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Bapak Sutarmin selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Sepengalaman saya misal jika kami sudah ada janji kepada salah satu petugas untuk survey atau yang lainnya. Jika petugas tidak bisa datang bisanya menginformasikan terlebih dahulu dan mengganti dilain hari.”⁴³

Hasil wawancara yang telah dilakukan didukung dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ibu Supriyani, Bapak Suhadi, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa yang menyatakan bahwa dalam melakukan janji para petugas selalu menepati janji yang telah dibuat. Namun dalam kondisi mendesak yang disebabkan beberapa hal yang memang tidak memungkinkan untuk memenuhi janji maka petugas *marketing* memberikan konfirmasi kepada nasabah mengenai kendala yang terjadi dan melakukan penjadwalan ulang untuk bertemu.⁴⁴

f. Jujur Dan Terpercaya (Amanah)

Jujur mengacu kepada integritas seseorang yang berkaitan dengan aspek karakter, moral dan berbudi luhur. Marketer harus memiliki sikap jujur dan dapat dipercaya dalam menjalankan tugas serta tanggung jawab

⁴² Hasil Wawancara Kepada Bapak Subakri selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁴³ Hasil Wawancara Kepada Bapak Sutarmin selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁴⁴ Hasil Wawancara Kepada Ibu Supriyani, Bapak Suhadi, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

yang dibebankan. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa :

“Jadi dalam melakukan penagihan angsuran dan promosi maupun memberikan pelayanan kepada nasabah kami selalu jujur. Dalam hal ini kami menyampaikan kelebihan dan kekurangan mengenai produk. Kami tidak ingin jika nanti nasabah akan kecewa dengan iming-iming yang kami berikan dengan keadaan sebenarnya. Jadi kami selalu memberikan informasi mengenai produk dengan benar-benar jujur tanpa adanya manipulasi”⁴⁵

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Ahmad Basri dan Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang menyatakan dalam melayani nasabah selalu mengutamakan kejujuran. Petugas memberikan informasi yang sebenar-benarnya mengenai kelebihan dan kekurangan produk sehingga dengan begitu nasabah tidak akan kecewa jika terdapat beberapa kekurangan yang terdapat pada produk dikemudian hari.⁴⁶

Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada Ibu Tugirah mengenai sikap jujur dan dapat dipercaya pada petugas *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

“Para petugas menjalankan tugasnya dengan sangat jujur, selama menjadi nasabah saya tidak pernah menemukan ketidak jujuran petugas dalam menjalankan tanggung jawabnya”⁴⁷

⁴⁵ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁴⁶ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri dan Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁴⁷ Hasil Wawancara Kepada Ibu Tugirah selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

Pendapat sedana dikemukakan oleh Bapak Ade Suherman yang menyatakan bahwa:

“*Marketing* yang ada di BPRS ini sangat jujur, semua informasi yang diberikan sesuai dengan kelebihan dan kekurangan yang saat ini saya rasakan, tidak ada yang menutup-nutupi kelemahan pembiayaan yang ada”.⁴⁸

Hasil wawancara tersebut sependapat dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Subakri, Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa yang menyatakan bahwa dalam menjalankan tugasnya petugas BPRS Tani Tulang Bawang Barat berlaku sangat jujur. Hal ini dibuktikan dengan keterbukaan yang diberikan kepada nasabah mengenai kelebihan dan kekurangan produk-produk yang ada. Petugas memberikan pengarahan mengenai keuntungan dan kekurangan yang terdapat pada masing-masing produk. Sehingga jika nasabah memilih salah satu produk nasabah tidak akan kecewa dengan hasil yang akan diperoleh karena sudah disampaikan oleh petugas *marketing*.⁴⁹

g. Tidak Suka Berburuk Sangka (Su’uzhon)

Berburuk sangka atau *su’udzhon* merupakan suatu sifat yang harus dihindari seorang muslim. Seorang muslim harus dituntut untuk berprasangka baik kepada siapapun. Hasil wawancara yang telah

⁴⁸ Hasil Wawancara Kepada Bapak Ade Suherman selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁴⁹ Hasil Wawancara Kepada Bapak Subakri, Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

dilakukan kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang

Bawang Barat menyatakan bahwa:

“Kami menganggap semua nasabah keluarga agar kami tidak bersuudzon. Hal ini dilakukan agar tidak terdapat ruang berburuk sangka kepada nasabah. Tetapi sebenarnya petugas tetap memiliki rasa curiga misal nasabah seperti tidak serius atau beberapa nasabah yang tidak bertanggung jawab dan lain-lain. Tetapi disisi lain kami tetap berusaha untuk berprasangka baik kepada nasabah”⁵⁰

Hasil wawancara yang telah dikemukakan oleh Nuriwan selaku

Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

“Awalnya sama berburuk sangka dan yakin tidak sama nasabah ini. Awal-awal dulu seperti itu, tapi setelah lama disini tahu bahwa meskipun nasabah itu punya niat yang buruk kami tidak tahu, apakah nasabah punya niat baik ataupun buruk kepada kami jadi kita melayani saja sesuai dengan SOP kita saja.”⁵¹

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Nuriwan selaku *Marketing*

BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang menyatakan bahwa:

“Pernah sesekali berfikir negatif kepada nasabah, tetapi kami tetap berusaha berfikir positif. Tetapi jika untuk analisa pembiayaan sebenarnya boleh saja berprasangka tetapi dalam hal yang positif. Misalnya setelah melihat kondisi perekonomian nasabah tersebut ternyata memang ini memungkinkan bahwa akan ada permasalahan dikemudian hari untuk pemenuhan prestasi nasabah disitu kami sampaikan pada laporan analisa. Tetapi kalau untuk prasangka yang sifatnya bukan kepentingan pembiayaan diusahakan untuk dihilangkan.”⁵²

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Subakri

selaku Nabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

⁵⁰ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁵¹ Hasil Wawancara Kepada Nuriwan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁵² Hasil Wawancara Kepada Nuriawan selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

“Berburuk sangka kalau soal ini sebenarnya tidak tahu ya. Pernah atau tidak berburuk sangka di belakang nasabah. Tetapi insyaallah saya percaya jika petugas tidak berburuk sangka kepada nasabah.”⁵³

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ibu Supriyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa menyatakan bahwa mengenai suudzon petugas *marketing* kepada nasabah merupakan suatu hal yang tidak terlihat. Namun dalam hal ini nasabah berharap seorang petugas tidak berprasangka buruk kepada nasabah.⁵⁴

h. Tidak Menjelek-Jelekkkan (Ghibah)

Ghibah merupakan suatu kondisi dimana terdapat seseorang membicarakan orang lain yang tidak terdapat dalam forum pembicaraan tersebut. Prinsip utama dari ghibah ini berkaitan dengan perkataan buruk atau mencela tentang orang tersebut. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

“Nasabah dianggap sebagai keluarga maka dalam hal ini idealnya kami tidak menjelek-jelekan nasabah lain didepan nasabah”⁵⁵

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

⁵³ Hasil Wawancara Kepada Bapak Subakri selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁵⁴ Hasil Wawancara Ibu Supriyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁵⁵ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

“Sebenarnya kami tidak menjelekan hanya saja kami melakukan banding mengenai kekurangan nasabah-nasabah yang lain agar tidak terjadi kepada nabah lainnya. Misalnya kami memotivasi nasabah untuk tetap bertanggung jawab atas kewajibannya.”⁵⁶

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Nuriwan selaku

Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat yang menyatakan bahwa:

“Kami sebagai *marketing* hanya memotivasi nasabah agar tidak melakukan kesalahan yang sama seperti nasabah lain, bukan untuk membandingkan hal negatif namun hal ini sebagai motivasi kepada nasabah untuk tidak melakukan hal yang sama seperti nasabah lain”.⁵⁷

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Abu Hanifah

selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

“Kalau untuk menjelekan nasabah lain saya rasa maksudnya bukan begitu, karena salam kami berkonsultasi justru petugas memberikan gambaran mengenai nasabah-nasabah yang lebih dulu melakukan pembiayaan kesalahan-kesalahan apa saja yang pernah dialami sehingga dengan begitu kami sebagai nasabah termotivasi untuk tidak melakukan kesalahan yang sama seperti nasabah lain”⁵⁸

Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada nasabah lain

yang terdiri dari Bapak Subakti, Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa menyatakan bahwa petugas dalam menjalankan tugasnya tidak pernah menjelek-jelekan nasabah lain maupun lembaga lain. Dalam penyampaian informasi *marketing* hanya memberikan perbandingan mengenai hal-hal negatif yang pernah terjadi pada nasabah lain dan

⁵⁶ Hasil Wawancara Kepada Ahmad Hanafi selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁵⁷ Hasil Wawancara Kepada Nuriwan selaku Marketing BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁵⁸ Hasil Wawancara Kepada Bapak Abu Hanifah selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

selanjutnya *marketing* memberikan motivasi kepada nasabah untuk tidak melakukan kesalahan yang sama dikemudian hari.⁵⁹

i. Tidak Melakukan Suap (*Risywah*)

Suap menyuap merupakan suatu tindakan memberikan uang atau barang yang berupa hadiah dengan tujuan untuk memperlancar sebuah urusan. Suap menyuap merupakan tindakan yang dilarang dalam melayani nasabah. Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

“Kalau melakukan suap kepada nasabah dengan tujuan ada imbalan tertentu yang pasti tidak pernah. Tetapi terkadang kami memberikan hadiah atau *gift* kepada nasabah atas apa yang telah dilakukan nasabah contohnya seperti pemberian jam dinding dan kalender terbaru dari pihak BPRS karena nasabah biasanya tepat waktu dari segi pembayaran angsuran pembiayaan Tetapi ini bukan sebagai suap melainkan *reward* kepada nasabah. untuk suap tidak pernah tetapi biasanya ada nasabah diberikan *gift* sebagai *reward* atas pencapaian nasabah.”⁶⁰

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Nuriwan dan Ahmad Basri selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa dalam pelayanan nasabah petugas tidak pernah melakukan suap. Namun BPRS memiliki program kepada nasabah bagi nasabah yang memiliki riwayat prestasi yang bagus akan mendapatkan *gift*. *Gift* yang diberikan kepada nasabah bukan dengan tujuan untuk melakukan suap melainkan sebagai *reward* atas pencapaian nasabah.

⁵⁹ Hasil Wawancara Kepada Bapak Subakti, Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Ibu Yanti, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁶⁰ Hasil Wawancara Kepada Bapak Ahmad Hanafi selaku *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Ibu Yanti selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat menyatakan bahwa:

“Sebenarnya bukan suap kalau bagi saya, karena saya ini sudah kenal sangat lama dan sangat baik terkadang saya mendapatkan bingkisan atau parsel begitu.”⁶¹

Hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Hanafi, Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa menyatakan bahwa petugas *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat tidak pernah melakukan suap kepada nasabah. Namun bagi nasabah yang memiliki prestasi bagus dan telah menjadi nasabah yang memiliki prestasi yang baik dan amanah saat menjadi nasabah biasanya mendapatkan bingkisan berupa jam dinding dan kalender maupun parsel saat menjelang hari raya.⁶²

Dalam memberikan pelayanan BPRS Tani Tulang Bawang Barat selayaknya lembaga keuangan selalu memiliki memberikan fasilitas dan pelayanan terbaik kepada seluruh nasabah. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat mengenai kepuasan nasabah jika ditinjau dari aspek *marketing* islam menyatakan bahwa:

“Dalam melihat kepuasan nasabah BPRS biasanya melakukan survei kepuasan nasabah. Hasilnya nasabah merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh BPRS. Sudut pandang mengenai kepuasan

⁶¹ Hasil Wawancara Kepada Ibu Yanti selaku Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

⁶² Hasil Wawancara Kepada Bapak Hanafi, Ibu Supiyani, Bapak Suhadi, Bapak Sutarmin, Bapak Ade Suherman, Bapak Abu Hanifah, Ibu Tugirah, Bapak Tukidi dan Ibu Anisa selaku nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

nasabah kalau ditinjau dari etika *marketing* islam, sebenarnya kepuasan itu bisa dikatakan relatif. Setiap nasabah memiliki tingkat kepuasannya masing-masing. BPRS tetap memberikan servis yang terbaik dalam melayani nasabah itu menjadi prioritas BPRS.”⁶³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut ada beberapa nasabah yaitu terdiri dari dua nasabah mengatakan bahwa dua nasabah itu tidak puas terhadap pelayanan *marketing* ada beberapa faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan pelayanan *marketing* diantaranya sebagai berikut, dari segi *marketing* suasana hati sedang tidak bagus, kondisi emosional setiap orang berbeda-beda. sehingga saat *marketing* melakukan penagihan itu sikap perilakunya kurang sopan santun dan nada bicara *marketing* yang sangat tinggi kepada nasabah. Sedangkan dari segi nasabah yaitu nasabah tidak konsisten dari pembayaran angsuran yang membuat *marketing* tidak menerapkan sembilan etika *marketing* islam.

Berdasarkan analisis yang diperoleh dari wawancara bersama nasabah dan marketing ada dua dari sepuluh nasabah yang tidak puas dengan pelayanan etika marketing islam. Hal ini bukan suatu acuan bahwa pihak marketing tidak menerapkan etika pelayananan marketing, namun yang harus di perbaiki dari proses pelayanan marketing dalam menerapkan sembilan prinsip-prinsip etika *marketing* islam.

⁶³ Hasil Wawancara Kepada Syaripudin Taib selaku Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat Pada 28 April 2023.

C. Analisis Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat

Pemasaran atau *marketing* merupakan salah satu fungsi yang terdapat pada perusahaan yang menjadi acuan dalam keberhasilan perusahaan dalam tujuan perusahaan. Meskipun pada realitanya banyak faktor yang mampu mempengaruhi keberhasilan perusahaan selain *marketing*. Pada prinsip syariah kegiatan *marketing* harus mencangkup beberapa aspek *marketing* dalam bermuamalah. Pada BPRS Tani Tulang Bawang dalam melaksanakan kegiatan *marketing* telah menjalankan etika *marketing* islam dalam memberikan kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai penerapan prinsip etika *marketing* islam pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat maka dapat dianalisa sebagai berikut:

1. Kepribadian Spiritual (*Taqwa*)

Pemasaran Islam selalu berdiri pada batas-batas yang telah ditetapkan oleh Allah SWT, menjauhi daerah yang diharamkan Allah dan semaksimal mungkin meninggalkan daerah syubhat atau daerah abu-abu dalam setiap kegiatannya.⁶⁴ Seorang *marketing* harus memiliki kepribadian spiritual dengan menganut hukum-hukum syariat yang bersifat ketuhanan. Hal ini sesuai dengan surah (QS. Al-Jumu'ah: 9-10)

⁶⁴Ratna Purnama Sari. et al, “Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah”, Jurnal Al- Infaq, Vol. 9 No. 2, 2018.,55–56.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا
الْبَيْعَ ۚ ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٩﴾ فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي
الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, apabila (seruan) untuk melaksanakan salat pada hari Jumat telah dikumandangkan, segeralah mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung. (QS. Al-Jumu'ah: 9-10)*

Pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat dalam menjalankan kegiatan *marketing* sudah memenuhi prinsip kepribadian spiritual. Hal ini dibuktikan dengan data penelitian yang telah dilakukan kepada petugas *marketing* menyatakan bahwa dalam dalam melakukan *marketing* telah memenuhi prinsip kepribadian spiritual berupa beribadah sesuai dengan ketentuan syariat islam.

2. Berkepribadian Baik Dan Simpatik (*Shiddiq*)

Berprilaku baik dan simpatik kepada nasabah merupakan inti dalam bertingkah laku.⁶⁵ Seorang *marketing* harus memiliki jiwa *shiddiq* hal ini sesuai dengan surah (QS. Al-Hijr: 88)

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَخَفَضْ
جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ ﴿٨٨﴾

Artinya: *Jangan sekali-kali engkau (Nabi Muhammad) menunjukan pandanganmu (tergiur) pada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang kafir). Jangan*

⁶⁵ *Ibid.*,56.

engkau bersedih hati atas (kesesatan) mereka dan berendahhatilah engkau terhadap orang-orang mukmin. (QS. Al-Hijr: 88)

Berdasarkan hasil wawancara kepada *marketing* diketahui bahwa berkpribadian baik dan simpatik sudah dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah maupun calon nasabah di BPRS Tani Tulang Bawang Barat. Dimana dalam melayani nasabah pihak *marketing* sudah berperilaku baik dan sopan. Serta dalam berbicara menggunakan kata yang baik agar tidak menyinggung perasaan nasabah.

Namun hal tersebut tidak sejalan dengan data penelitian melalui wawancara kepada nasabah bahwa dalam melakukan penagihan angsuran *marketing* bersikap kurang baik dan simpatik kepada nasabah. Sehingga hal tersebut membuat nasabah tersinggung terhadap perilaku *marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

3. Berlaku Adil Dalam Berbisnis (*Al-‘Adl*)

Islam sangat mengutamakan prinsip keadilan, hal ini didasarkan karena keadilan sangat penting dan merupakan prinsip penting dalam bermuamalah. Prinsip adil dalam bermuamalah dilakukan agar salah satu pihak tidak merasa dirugikan.⁶⁶ Seorang *marketing* harus memiliki perilaku adil dalam berbisnis. Hal ini sesuai dengan surah (QS. Hud:18)

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أُولَٰئِكَ يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ
الْأَشْهَادُ هَٰؤُلَاءِ الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۗ أَلَا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ ۝١٨

⁶⁶ *Ibid.*,57.

Artinya: *Siapakah yang lebih zalim daripada orang yang mengada-adakan suatu kebohongan terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada tuhan mereka dan para saksi akan berkata, “Orang-orang inilah yang telah berbohong terhadap tuhan mereka.” Ketahuilah, laknat Allah (ditimpakan) kepada orang-orang zalim. (QS. Hud:18)*

Pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat telah melaksanakan prinsip adil dalam berbisnis. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada *marketing* bahwa dalam melakukan pemasaran selalu berlaku adil kepada nasabah. Hal ini telah dibuktikan dengan data penelitian melalui wawancara kepada nasabah dan *marketing* bahwasannya dalam melakukan pemasaran telah memenuhi prinsip berlaku adil dalam berbisnis sesuai dengan prinsip etika *marketing* islam.

4. Melayani Dengan Rendah Hati (*Khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya. Melekat dalam sikap ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Seseorang yang memiliki sikap rendah hari memiliki pembawaan tenang, sederhana dan tidak sombong.⁶⁷ Seorang *marketing* harus memiliki sikap rendah hati, sopan santun dalam melayani nasabah. Hal ini sesuai dengan surah (QS. Al-Hujarat: 2)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ
كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ أَن تَحْبَطَ أَعْمَالُكُمْ وَأَنتُمْ لَا تَشْعُرُونَ ﴿٦٧﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, janganlah meninggikan suaramu melebihi suara Nabi dan janganlah berkata*

⁶⁷ *Ibid.*,58.

kepadanya dengan suara keras sebagaimana kerasnya (suara) sebagian kamu terhadap yang lain. Hal itu dikhawatirkan akan membuat (pahala) segala amalmu terhapus, sedangkan kamu tidak menyadarinya. (QS. Al-Hujarat: 2)

Pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat *marketing* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah selalu bersikap rendah hati dan dengan sabar menghadapi nasabah. Berbeda dengan data wawancara yang telah dilakukan kepada nasabah bahwa dalam melakukan *marketing* melakukan penagihan kepada nasabah dengan nada tinggi, tidak sabar dan tidak mendengarkan alasan nasabah saat terjadi keterlambatan dalam pembayaran. Dalam hal ini seharusnya seorang *marketing* dapat bersikap lebih sopan dengan cara berbicara dengan nada dan intonasi yang rendah. Selain itu *marketing* seharusnya mendengarkan alasan nasabah dan memberikan solusi yang tepat kepada nasabah.

5. Selalu Menepati Janji Dan Tidak Curang (*Tathfif*)

Janji adalah ikrar dan kesanggupan yang telah dinyatakan kepada seseorang. Ketika membuat suatu perjanjian tentunya didasari dengan rasa saling percaya serta tanggung jawab yang besar untuk melaksanakan janji tersebut. Ketepatan janji dapat dilihat dari segi ketepatan waktu penyerahan pembiayaan, ketepatan waktu pembayaran serta melaksanakan sesuatu sesuai dengan kontrak yang disepakati.⁶⁸ Seorang *marketing* harus selalu menepati janji dan tidak curang. Hal ini sesuai dengan surah (QS. Al-Baqarah: 283)

⁶⁸ *Ibid.*,58.

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ آمَنَ بَعْضُكُمْ
بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ
يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ إِنَّمْ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴾

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Baqarah: 283)

Pada BPRS Tani Tulang Bawah Barat dalam melayani nasabah telah memenuhi prinsip menepati janji dan tidak curang. Dibuktikan dengan data wawancara antara *marketing* dengan nasabah bahwa jika terdapat janji untuk bertemu atau melakukan survey pembiayaan, *marketing* selalu menepati janji. Namun jika terdapat kendala *marketing* telah mengkonfirmasi kepada nasabah jika tidak dapat memenuhi janji dan akan dilakukan pejadwalan ulang untuk bertemu kembali.

6. Jujur Dan Terpercaya (*Amanah*)

Jujur mengacu kepada integritas seseorang yang berkaitan dengan aspek karakter, moral dan berbudi luhur. *Marketing* harus memiliki sikap jujur dan dapat dipercaya dalam menjalankan tugas serta tanggung jawab yang dibebankan.⁶⁹ Seorang *marketing* harus memiliki perilaku jujur dan terpercaya dalam bertugas. Hal ini sesuai dengan surah (QS. An-Nisa: 90)

Pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat telah memenuhi prinsip jujur dan terpercaya hal ini dibuktikan dengan data wawancara yang telah

⁶⁹ *Ibid.*,58.

dilakukan bahwa *marketing* dalam memberikan informasi kepada nasabah senantiasa bersikap jujur kepada nasabah dengan cara memberikan informasi yang sebenar-benarnya misalnya mengenai kelebihan dan kekurangan produk pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat.

7. Tidak Suka Berburuk Sangka (*Su'uzhon*)

Berburuk sangka atau *su'udzhon* merupakan suatu sifat yang harus dihindari seorang muslim. Seorang muslim harus dituntut untuk berprasangka baik kepada siapapun.⁷⁰ Seorang *marketing* seharusnya tidak suka berburuk sangka ketika melayani nasabah. Hal ini sesuai dengan surah (QS. Al-Hujarat: 12)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا
وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُّحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: *Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang.* (QS. Al-Hujarat: 12)

Pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat telah memenuhi prinsip tidak berprasangka buruk kepada nasabah namun dalam hal ini tidak menutup kemungkinan seorang *marketing* berprasangka kepada nasabah. Prasangka yang umumnya dilakukan oleh *marketing* berkaitan dengan

⁷⁰ *Ibid.*,59.

kemampuan nasabah dalam memenuhi kewajiban. Namun dalam hal ini *marketing* tetap berusaha untuk bersikap tidak berburuk sangka kepada nasabah.

8. Tidak Menjelek-Jelekkkan (*Ghibah*)

Ghibah adalah keinginan untuk menghancurkan orang, menodai harga diri, kemuliaan dan kehormatan orang lain, sedangkan mereka itu tidak ada dihadapannya. Ini merupakan kelicikan, sebab hal ini sama saja dengan menusuk dari belakang.⁷¹ Seorang *marketing* seharusnya tidak menjelek-jelekan nasabah kepada nasabah lainnya ketika sedang bertugas. Hal ini sesuai dengan surah (QS. An-Nur: 19)

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا
وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Artinya: *Sesungguhnya orang-orang yang senang atas tersebarnya (berita bohong) yang sangat keji itu di kalangan orang-orang yang beriman, mereka mendapat azab yang sangat pedih di dunia dan di akhirat. Allah mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui.* (QS. An-Nur: 19).

Marketing BPRS Tulang Bawang Barat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah tidak menjelek-jelekan nasabah. Namun *marketing* melakukan perbandingan kepada nasabah yang tidak mampu memenuhi kewajiban. Hal ini dilakukan oleh *marketing* dengan tujuan untuk memberikan motivasi kepada nasabah agar nasabah tidak mengalami kondisi yang sama dengan nasabah lain yang tidak mampu memenuhi kewajiban.

⁷¹ *Ibid*, 60

9. Tidak Melakukan Suap (*Riswah*)

Suap (*Riswah*) merupakan salah satu perbuatan tercela yang dilarang dalam Islam dan termasuk kedalam kategori mencari kekayaan dengan cara yang bathil. Perbuatan suap semacam ini haram hukumnya, baik bagi yang memberi ataupun yang menerima.⁷² Seorang *marketing* seharusnya tidak melakukan suap kepada nasabah saat bertugas. Hal ini sesuai dengan surah

(QS. Al-Baqarah: 188)

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ
أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.* (QS. Al-Baqarah: 188)

Pada BPRS Tulang Bawang Barat melarang perbuatan suap menyuap. Hasil wawancara yang telah dilakukan menyatakan bahwa tidak terdapat peristiwa suap menyuap. Namun BPRS Tulang Bawang Barat memberikan hadiah kepada nasabah yang telah mampu memenuhi kewajiban dengan baik. Pemberian hadiah tersebut dilakukan untuk memberikan apresiasi atas pencapaian nasabah bukan untuk menyuap.

Hasil analisis mengenai etika *marketing* Islam pada BPRS Tani Tulang Bawang Barat dapat dipahami bahwa dalam menjalankan kegiatan bermuamalah yang dilakukan oleh *marketing* diantaranya

⁷² *Ibid*, 60.

memiliki kepribadian spiritual (Takwa). Berkepribadian, Baik dan Simpatik (*Shidiq*). Berlaku Adil Dalam Berbisnis (*Al-Adl*). Melayani, dengan Rendah Hati (*Khidmah*), Selalu Menepati Janji dan Tidak Curang (*Tathfif*). Jujur dan Terpercaya (Amanah). Tidak Suka Berburuk Sangka (*Su'uzhon*). Tidak menjelek-jelekkkan (Ghibah) dan Tidak melakukan Suap (Risywah).

Di ketahui bahwa pada prinsip berkepribadian, baik dan simpatik (*Shiddiq*) *marketing* di BPRS tani tulang bawang barat masih belum baik hal ini dapat di lihat dari sikap *marketing* yang saat bertugas melakukan penagihan petugas mengeluarkan ucapan kata-kata kurang sopan kepada nasabah yang tidak bisa membayar angsuran pada waktu yang di tentukan. Pada prinsip Melayani Dengan Rendah Hati (*Khidmah*) Belum di laksanakan dengan baik oleh *marketing*. Hal tersebut dapat di lihat dari sikap *marketing* yang melakukan penagihan dengan nada yang tinggi, selain itu *marketing* juga tidak sabar dan tidak mau mendengarkan alasan dari nasabah atas keterlambatan pembayaran yang dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam skripsi ini, maka dapat disimpulkan bahwa etika *marketing* islam terhadap kepuasan nasabah yang di lakukan oleh marketer BPRS Tani Tulang Bawang Barat menggunakan beberapa prinsip etika *marketing* islam yaitu memiliki kepribadian spiritual (Takwa). Berkepribadian, Baik dan Simpatik (*Shidiq*). Berlaku Adil Dalam Berbisnis (*Al-Adl*). Melayani dengan Rendah Hati (*Khidmah*), Selalu Menepati Janji dan Tidak Curang (*Tathfif*). Jujur dan Terpercaya (Amanah). Tidak Suka Berburuk Sangka (*Su'uzhon*). Tidak menjelek-jelekan (*Ghibah*) dan Tidak melakukan Suap (*Risywah*).

Dari kesembilan prinsip tersebut terdapat beberapa prinsip etika *marketing* islam terhadap kepuasan nasabah yang masih kurang memenuhi prinsip tersebut seperti prinsip berkepribadian baik dan simpatik (*Shiddiq*) dimana petugas BPRS Tani Tulang Bawang Barat melakukan kesalahan berupa pelayanan yang kurang baik dalam penagihan angsuran kepada nasabah berupa nada bicara yang tinggi kepada nasabah sehingga terkesan tidak sopan kepada nasabah dan prinsip melayani rendah hati (*Khidmah*). dimana sikap *marketing* dalam melakukan penagihan kepada nasabah tidak menghargai dan menghormati keadaan nasabah serta tidak menerima alasan

apapun mengenai penunggakan angsuran yang di alami nasabah bersangkutan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan untuk pihak BPRS Tani Tulang Bawang Barat dalam penerapan etika *marketing* islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip etika *marketing* islam kepada nasabah terutama pada pelayanan saat *marketing* melakukan penagihan angsuran pembiayaan dan pelayanan lainnya kepada nasabah, *marketing* harus bertutur kata yang sopan dan lebih menghargai dan menghormati keadaan nasabah, Agar nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh BPRS Tani Tulang Bawang Barat sehingga mampu menarik masyarakat untuk menjadi nasabah. Serta memperkuat penerapan etika *marketing* islam dalam kegiatan pemasaran mereka agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan nasabah dan memperoleh keuntungan jangka panjang.

Untuk para nasabah dalam melakukan pembayaran angsuran pembiayaan agar lebih lebih tepat waktu sesuai dengan perjanjian yang tertulis dengan pihak BPRS Tani Tulang Bawat sehingga *marketing* bisa bersikap rendah hati dan berperilaku baik dalam melakukan penagihan angsuran. Agar kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Kadir. 2010. *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an*. Jakarta: Amzah.
- Agung Anggraini Putri. 2021. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Suar Nusa Jaya Tour*. Jurnal Value Vol.2 No.2.
- Arianto, A and R Amalia. 2020. *Pengaruh Kinerja Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Jne Di Kota Banda Aceh Terkait Keterlambatan Pengantaran*. Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh Vol. 10 No.2.
- Beni Ahmad Saebani, Afifudidin. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Departemen Agama. 2018. RI. *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan*. Bandung: CV Diponegoro.
- Djuwani, Dimyudin. 2008. *Pengantar fikih muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- H.Nana Herdina Abdulrahman. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung:
- Hamid, A., & Zubair, M. K. 2019. *Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah*. BALANCA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 1(1).
- Hardani, et al. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu.
- Huda, Nurul, et al. 2017. *Pemasaran Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Ifan Fahm. 2017. *Etika Bisnis Teori Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Karim, Kurniati. 2020. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Dan Perbankan*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah marketing*.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kurniawan, Didik. 2017. *Optimalisasi Pelayanan Perbankan Syariah*. *Journal of Islamic Economic and Social* Vol.1.

- M Rizalfah. et al. 2020. *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Kasus Pada Bank Bri Kcp Unit Lawang)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen Vol.9.
- Moh Nasuka, S.E. 2021. *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. UNESNU PRESS.
- Natalie, Vennya, dkk. 2020. *Pengaruh Service performance, Kepercayaan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Sulutgo Cabang Beo*. Jurnal Emba. Vol. 8 No. 3.
- Nining Wahyu Ningsih, dan Nurul Janah. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat*. Al-Anwal. Vol. 10, No. 2.
- Nugrahani,Frida. 2014. *Metedologi Penelitian Kualitatif*. Solo. Cakra Book.
- Nur Rianto Al Arif. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Oktaviani, Vivi. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Asuransi Sequis Life Semarang)*. Jurnal IlmiahAset. Vol.23. No.1.
- Prihatminingtyas, Budi. 2017. *Etika Bisnis Suatu Pendekatan Terhadap Stakeholders*. Malang: CV IRDH.
- Purba Elidawaty. et al. 2021. *Metode Penelitian Ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Purnama Sari, Ratna, et al. 2018. *Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Al- Infaq, Vol. 9 No. 2.
- Pustaka Setia.
- Skripsi. Novarian Amalia Anggraini. 2022. *Pengaruh Etika Pemasaran Islam Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan Mudharabah Di BMT Ar-RahmahArta Syariah Mojokerto*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang..
- Skripsi.Endah Dwi Agustina. 2016. *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Skripsi.Metia Ehda Agustin. 2019. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Customer Retention. Studi Kasus PT BPRS Adan Kota Bengkulu*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Viethzal Rivai,et al. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Y Yudistira and U Chasanah. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Diklat (Studi Kasus Pada Pusdiklat Badan Pemeriksa Keuangan Yogyakarta)*. STIE Widya Wiwaha.
- Y. T Pramono. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Pembantu Kerjo)*. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*. Vol.4 No.3.
- Zuhairi, dkk. 2018. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Metro: Ian Metro.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nomor : B-0435/In.28.1/J/TL.00/02/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Yuyun Yunarti (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **AGUSTIAN SAPUTRA**
NPM : 1903021001
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : ETIKA MARKETING TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG

Dengan ketentuan sebagai berikut :

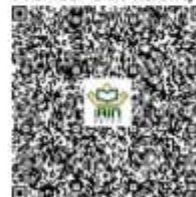
1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 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, 24 Februari 2023

Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007



BANK SYARIAH TANI TULANG BAWANG BARAT (PT BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH)



Jl. Diponegoro Kel. Panaragan Jaya Kec. Tulang Bawang Tengah Kab. Tulang Bawang Barat 34693
Telp. (0726) 7575040, Faks. (0726) 7575039. E-mail : bprstani@gmail.com

No : 227/BST/Dir/Eks/X/2022
Lamp :-
Perihal : Persetujuan Prasurvey

Panaragan Jaya, 19 Oktober 2022

Kepada Yth,
Bpk. Muhammad Ryan Fahlevi M.M
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Agama Islam Negeri Metro
Di -
Tempat

Assalamu'alaikum wr. wb.

Teriring salam dan doa kami semoga Bapak/Ibu beserta Jajaran senantiasa dalam lindungan Allah SWT, dan dalam kegiatan sehari-hari mendapatkan kesuksesan, Amin.

Sehubungan dengan surat saudara Agustian Saputra, mahasiswa Universitas Agama Islam Negeri Metro pada tanggal 13 Oktober 2022 Perihal: Permohonan Prasurvey, maka kami PT BPRS Tani Tulang Bawang Barat memberitahukan bahwa kami menyetujui kegiatan penelitian tersebut, untuk hal-hal tertentu, mahasiswa yang meneliti agar tetap menjaga kerahasiaan bank.

Adapun mahasiswa yang di maksud adalah :

Nama : Agustian Saputra
NPM : 1903021001
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Demikian surat persetujuan ini kami buat, atas kepercayaan dan perhatiannya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

PT. BPRS Tani Tulang Bawang Barat


Syarifudin Taib
Direktur Utama

SURAT TUGAS

Nomor: B-1060/In.28/D.1/TL.01/04/2023

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

Nama : **AGUSTIAN SAPUTRA**
NPM : 1903021001
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ETIKA MARKETING ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 06 April 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat



NOPRI RIYANTO

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



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

NPP: 1807062F0000001

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-411/ln.28/S/U.1/OT.01/05/2023**

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

Nama : AGUSTIAN SAPUTRA
NPM : 1903021001
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903021001

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, 24 Mei 2023
Kepala Perpustakaan

As'ad
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
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 : AGUSTIAN SAPUTRA
NPM : 1903021001
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **ETIKA MARKETING ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 9%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 23 Mei 2023
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi

NIP.199208292019031007

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

ETIKA *MARKETING* ISLAM TERHADAP KEPUASAN NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT

A. Wawancara Kepada Pimpinan BPRS Tani Tulang Bawang Barat

1. Bagaimana penggunaan etika marketing islam sudah di terapkan di BPRS Tani Tulang Bawang Barat?
2. Apakah kualitas pelayanan terhadap nasabah sudah memenuhi sembilan prinsip etika *marketing* islam terhadap kepuasan nasabah?
3. Prinsip etika marketing islam seperti apa yang di gunakan BPRS Tani Tulang Bawang Barat dalam meningkatkan kepuasan nasabah?
4. Setelah penggunaan prinsip etika *marketing* islam apakah terjadi peningkatan terhadap kepuasan nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat?
5. Bagaimana tanggapan nasabah terhadap pelayanan yang di berikan BPRS Tani Tulang Bawang Barat?
6. Apakah nasabah puas terhadap fasilitas yang diberikan oleh BPRS Tani Tulang Bawang Barat?
7. Bagaimana sudut pandang pimpinan terhadap kepuasan nasabah di lihat dari aspek etika *marketing* islam?

B. Wawancara Kepada *Marketing* BPRS Tani Tulang Bawang Barat

1. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah bagaimana perilaku anda kepada nasabah?
2. Bagaimana bentuk penghargaan yang marketing berikan nasabah?
3. Apakah anda dalam melakukan tugas sebagai *marketing* sudah memiliki kepribadian spritual?
4. Dalam menjalankan tugas sebagai *marketing* sudahkah anda berperilaku baik dan sopan kepada nasabah?
5. Bagaimana Tindakan anda dalam menjalankan tugas sebagai *marketing* sudah berlaku adil saat melayani nasabah?
6. Menurut anda dalam menjalankan tugas apakah *marketing* harus melayani dengan rendah hati kepada nasabah?

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Yuvia Yunarti
NIP. 197709302005012006

Metro, 05 Mei 2023

Mahasiswa Ybs,



Agustian Saputra
NPM. 18903021001

7. Ceritakan bagaimana cara anda dalam menjalankan tugas selalu menepati janji dan tidak curang kepada nasabah?
8. Apakah anda dalam menjalankan tugas sudah bersikap jujur dan terpercaya?
9. Pada saat menjalankan tugas apakah anda menjelek-jelekan atau ghibah kepada nasabah?
10. Apakah anda dalam menjalankan tugas melakukan suap kepada nasabah?
11. Menurut pendapat anda seberapa pentingkah penerapan sembilan prinsip etika marketing islam dalam meningkatkan kepuasan nasabah?

C. Wawancara Kepada Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat

1. Dalam berinteraksi dengan nasabah apakah seorang marketing sudah berperilaku baik dan sopan?
2. Bagaimana perilaku spiritual marketing saat melayani nasabah?
3. Apakah *marketing* sudah berlaku adil saat melayani nasabah?
4. Seberapakah puas nasabah terhadap pelayanan rendah hati seorang marketing?
5. Apakah *marketing* selalu menepati janji dan tidak curang saat melayani nasabah?
6. Bagaimana perilaku jujur dan terpercaya *marketing* ketika melayani nasabah?
7. Menurut anda apakah *marketing* selalu berburuk sangka ketika melayani nasabah?
8. Apakah *marketing* menjelek-jelekan saat melayani nasabah?
9. Ketika berinteraksi dengan nasabah apakah *marketing* pernah melakukan suap ?
10. Apa saran anda untuk BPRS Tani Tulang Bawang Barat dalam melayani nasabah agar kedepannya lebih baik lagi?

OUTLINE
ETIKA *MARKETING* ISLAM TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BPRS TANI TULANG BAWANG BARAT

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Etika *Marketing* Islam
 - 1. Pengertian Etika *Marketing* Islam
 - 2. Karakteristik *Marketing* Islam
 - 3. Prinsip-prinsip Etika *Marketing* Islam
- B. Kepuasan Nasabah
 - 1. Pengertian Kepuasan Nasabah
 - 2. Indikator Kepuasan Nasabah
 - 3. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah
- C. Kerangka Fikir

BAB III METODE PENELITIAN

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

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil BPRS Tani Tulang Bawang Barat
 - 1. Sejarah BPRS Tani Tulang Bawang Barat
 - 2. Visi Dan Misi BPRS Tani Tulang Bawang Barat
 - 3. Struktur Organisasi BPRS Tani Tulang Bawang Barat
- B. Deskripsi Data Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat
- C. Analisis Etika *Marketing* Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Tani Tulang Bawang Barat

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 197709302005012006

Metro, 05 Mei 2023

Mahasiswa Ybs,



Agustian Saputra
NPM. 1903021001



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

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 PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Agustian Saputra

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 1903021001

Semester/TA : VII/2022

Dosen Pembimbing : Yuyun Yunarti, M.Si

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Rabu : 19/10/2022	<p>Bimbingan Proposal</p> <hr/> <p>Teknis Penulisan Konsisten pada buku Panduan Yang berlaku</p> <hr/> <p>Footnote / Kutipan harus Jelas</p> <hr/> <p>Susunan Landasan Teori dibuat Secara Runtun Sesuai dengan Judul</p> <hr/>	

Dosen Pembimbing,

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP.19770930 200501 2 006

Mahasiswa PBS,

Agustian Saputra
NPM.1903021001



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

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 PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Agustian Saputra

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 1903021001

Semester/TA : VII/2022

Dosen Pembimbing : Yuyun Yunarti, M.Si

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at 20/11/2022	<ul style="list-style-type: none">- Lengkapi dan tambahkan data tentang Jabat UBM- Teori dipegulas Kubarki pada optimalisasi pelayanan Marketing.- Metodologi dipegulas pada pengumpulan data- Ak Kubarki pembeda Sematkan Pedoman Penelitian.	

Dosen Pembimbing,

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 19770930 200501 2 006

Mahasiswa PBS,

Agustian Saputra
NPM.1903021001



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

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 PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Agustian Saputra

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS


NPM : 1903021001

Semester/TA : VII/2022

Dosen Pembimbing : Yuyun Yunarti, M.Si

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Jum'at. 16 12 - 2022.	Ave Untuk Diseminarka.	

Dosen Pembimbing,


Yuyun Yunarti, M.Si
NIP.19770930 200501 2 006

Mahasiswa PBS,


Agustian Saputra
NPM.1903021001



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

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 PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Agustian Saputra

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 1903021001

Semester/TA : VIII/2023

Dosen Pembimbing : Yuyun Yuniarti, M.Si

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	24/02/2023	-LBM Di Spesifikasikan - Penambahan Etika Marketing Islam di landasan Teori - Menambahkan Teknik snowball & metodologi Penelitian	

Dosen Pembimbing,

Yuyun Yuniarti, M.Si
NIP.19770930 200501 2 006

Mahasiswa PBS,

Agustian Saputra
NPM.1903021001



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

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 PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Agustian Saputra Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS
NPM : 1903021001 Semester/TA : VIII/2023
Dosen Pembimbing : Yuyun Yuniarti, M.Si

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	1A / 2023 /03	<ul style="list-style-type: none">- Penulisan pada Df di cek kembali- Curakan Reverensi max 10 tahun ke belakang- Pada LBM dituliskan hasil Penelitian yg relevanReverensi Penelitian	

Dosen Pembimbing,

Yuyun Yuniarti, M.Si
NIP.19770930 200501 2 006

Mahasiswa PBS,

Agustian Saputra
NPM.1903021001



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Agustian Saputra Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903021001 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		<ul style="list-style-type: none">- lengkapi data Credit Usaha pada seluruh informan.- Analisis harus mengacu petunjuk penelitian- perbaiki penulisan subbab kedua EFD.- Konsisten dalam penulisan.	

Dosen Pembimbing

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 19770930 200501 2 006

Mahasiswa Ybs,

Agustian Saputra
NPM. 1903021001



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

Kl. 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 PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Agustian Saputra

Fakultas/Jurusan : FEBI / PBS

NPM : 1903021001

Semester/TA : VIII/2023

Dosen Pembimbing : Yuyun Yuniarti, M.Si

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamus, 06/05 2023.	Ane Apl lagutan pndstn	

Dosen Pembimbing,

Yuyun Yuniarti, M.Si

NIP.19770930 200501 2 006

Mahasiswa PBS,

Agustian Saputra

NPM.1903021001



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Agustian Saputra Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903021001 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	10/2023 10	<ul style="list-style-type: none">- Pada analisis harusnya dimasukkan juga hasil analisis pada etika marketingnya. juga bukan hanya pada kepuasan saja- kemudian tambahkan dukungan pengant dari hasil penelitian terdahulu yang lebihnya relevan	

Dosen Pembimbing

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 19770930 200501 2 006

Mahasiswa Ybs,

Agustian Saputra
NPM. 1903021001



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Agustian Saputra Jurusan/Fakultas : PBS / FEBI
NPM : 1903021001 Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	20/05 19/05 2023	Ane untuk susikan . sm agardaken .	

Dosen Pembimbing

Yuyun Yunarti, M.Si
NIP. 19770930 200501 2 006

Mahasiswa Ybs,

Agustian Saputra
NPM. 1903021001

DOKUMENTASI



**Wawancara Dengan Bapak Syaripudin taib, S.E Selaku Direktur Utama
BPRS Tani Tulang Bawang Barat**



**Wawancara Dengan Bapak Ahmad Hanafi Selaku Marketing
BPRS Tani Tulang Bawang Barat**



**Wawancara Dengan Bapak Ahmad Basri Selaku Marketing
BPRS Tani Tulang Bawang Barat**



**Wawancara Dengan Bapak Nuriwan Selaku Marketing
BPRS Tani Tulang Bawang Barat**



Wawancara Dengan Ibu Yanti Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Bapak Tukidi Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Bapak Ade Suherman Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Ibu Anisa Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Ibu Supiyani Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Bapak Suhadi Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Ibu Tugirah Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Bapak Abu Hanifah Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Bapak Sutarmin Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat



Wawancara Dengan Bapak Subakri Selaku Nasabah BPRS
Tani Tulang Bawang Barat

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Peneliti bernama Agustian Saputra, merupakan putra pertama dari Bapak Sade Saputra dan Ibu Sukaeni. Lahir di Lampung Utara pada tanggal 22 Agustus 1999 . Dibesarkan di Desa Karang Mulya Kecamatan Muara Sungkai Kabupaten Lampung Utara. Ia menyelesaikan pendidikan formalnya di SD N 1 Karang Mulya Kecamatan Muara Sungkai Kabupaten Lampung Utara dan lulus pada tahun 2012. Kemudian peneliti meneruskan studinya di SMP MKMT Ujung Karang, dan lulus pada tahun 2015. Setelah itu, peneliti meneruskan studi di SMAS Kartikatama Metro dan lulus pada tahun 2019. Setelah lulus SMA, peneliti melanjutkan studinya di IAIN Metro melalui seleksi penerimaan UM-PTKIN. Pada tahun 2019 penulis di terima di kampus IAIN Metro dan mengambil Jurusan S1 Perbankan Syariah. Harapan penulis dapat menyelesaikan studi S1 pada tahun 2023 dengan predikat pujian dan dapat tercapai semua yang di harapkan selama ini dan ilmu yang di dapat bermanfaat untuk masyarakat dan bahagia dunia akhirat. Adapun kegemaran penulis yaitu Berwirausaha dibidang pertanian, Bermain Game, dan Olahraga.

Motto hidup saya “Pada dasarnya kita tidak boleh berhenti bermimpi apa yang kita cita-citakan. Tapi mimpi saja tidak cukup karena banyak orang yang terlalu lelap dengan mimpinya sehingga tidak bisa merealisasikan mimpinya itu untuk menjadi kenyataan. Dan yang paling penting adalah set action plan kita atau melakukan suatu tindakan usaha dan lakukan agar mimpinya itu menjadi kenyataan”.