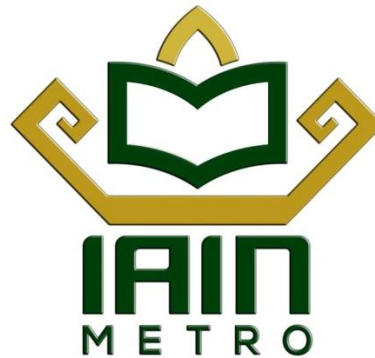


SKRIPSI

PERANAN *ACCOUNT OFFICER* DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI NASABAH *LENDING* PT. BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO

Oleh:

**LELA OKTAVIANA
NPM. 1502100070**



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

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M**

**PERANAN *ACCOUNT OFFICER* DALAM MENARIK MINAT
MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI NASABAH
LENDING PT. BPRS METRO MADANI
KANTOR CABANG JATIMULYO**

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

Oleh:

LELA OKTAVIANA
NPM. 1502100070

Pembimbing I : Sainul, SH, MA
Pembimbing II : Selvia Nuriasari, M.E.I

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M**

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan
Saudara Lela Oktaviana

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

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **LELA OKTAVIANA**
NPM : 1502100070
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **PERANAN ACOUNT OFFICER DALAM MENARIK
MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI
NASABAH LENDING PT. BPRS METRO MADANI (Studi
Kasus PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

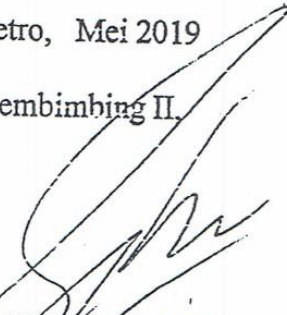
Pembimbing I,


Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004

Metro, Mei 2019

Pembimbing II,


Selvia Nuriasari, M.E.I

NIP. 19810828 200912 2 003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PERANAN *ACOUNT OFFICER* DALAM MENARIK
MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI
NASABAH *LENDING* PT. BPRS METRO MADANI (Studi
Kasus PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo)**

Nama : **LELA OKTAVIANA**
NPM : 1502100070
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

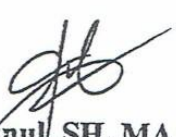
MENYETUJUI

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

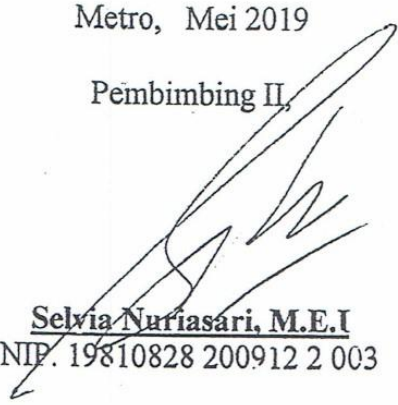
Metro, Mei 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Sainul, SH, MA

NIP. 19680706 200003 1 004


Selvia Nuriasari, M.E.I

NIP. 19810828 200912 2 003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 1638 /In.28.3 /D /PP.009/06/2019

Skripsi dengan Judul: PERANAN *ACCOUNT OFFICER* DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI NASABAH *LENDING* PT. BPRS METRO MADANI (Studi Kasus PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo), disusun Oleh: LELA OKTAVIANA, NPM: 1502100070, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Rabu/22 Mei 2019.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Sainul, SH, MA

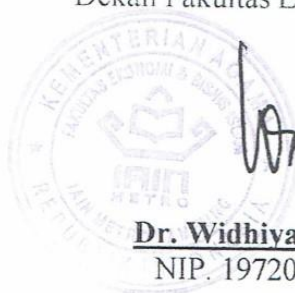
Penguji I : Suci Hayati, S.Ag. M.S.I

Penguji II : Selvia Nuriasari, M.E.I

Sekretaris : Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

**Peranan *Account officer* Dalam Menarik Minat
Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending*
PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo
ABSTRAK**

Oleh:

Lela Oktaviana

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Aktivitas perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *Funding*. Setelah memperoleh dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, maka oleh perbankan dana tersebut diputar kembali dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan istilah pembiayaan (*lending*). Pemberian pembiayaan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dapat berdasarkan bagi hasil atau penyertaan modal. Salah satu penunjang pendapatan bank syariah adalah dari aktifitas penyaluran dana yang diberikan kepada masyarakat dengan berbasis bagi hasil yaitu seperti produk *musyarakah*. Produk *musyarakah* yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat namun selama berjalannya waktu produk berbasis bagi hasil ini kurang diminati masyarakat.

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *account officer* dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo menjadi nasabah *lending* PT. BPRS Metro Madani kantor cabang Jatimulyo. Sedangkan sifat penelitian bersifat deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder. pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. data hasil temuan digambarkan secara deskriptif dan dianalisis menggunakan cara berpikir induktif.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa peranan *account officer* dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo menjadi nasabah *lending* PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo adalah khususnya *musyarakah* meliputi empat cara sesuai dengan teori yaitu peranan pertama menerapkan prinsip *know your customer*, peranan kedua yaitu pemasaran produk pembiayaan kepada calon nasabah yaitu merencanakan strategi pemasaran yang didalamnya. Peranan Ketiga, *account officer* menerapkan prinsip bahwa *account officer* selalu menjaga hubungan baik dengan calon nasabah maupun nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi, menggunakan gaya bahasa ketika menanggapi keluhan-keluhan nasabah dengan menyesuaikan keadaan calon nasabah. Peranan Keempat, mengelola penjualan. Dalam mengelola penjualan *account officer* merencanakan strategi pemasaran meliputi mengenalkan bank kepada calon nasabah, mengenalkan produk bank, melakukan promosi dengan cara *door to door*, menyebar brosur, mendekati orang yang dikenal dan mensurvei lokasi pasar sebelum melakukan pemasaran produk pembiayaan dengan melihat sektor ekonomi, sektor profesi, sektor tingkat kehidupan.

Meskipun telah melakukan beberapa peranan *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo kurang optimal dalam melaksanakan prinsip *know your customer* dimana pihak *account officer* mengalami kesulitan

dalam memahami karakter nasabah. Pada proses pemasaran *account officer* belum optimal dalam memberikan edukasi mengenai pembuatan laporan keuangan, menerapkan strategi harga. Pada bagian *Physical Evidence* atau bukti fisik yaitu PT BPRS Metro Madani K.c. jatimulyo belum dilengkapi dengan sistem ATM yang memberikan kemudahan pada nasabah. Pada bauran harga yaitu nisbah bagi hasil yang ditetapkan PT BPRS Metro Madani tergolong tinggi.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LELA OKTAVIANA
NPM : 1502100070
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Mei 2019
Yang Menyatakan,



Lela Oktaviana
NPM. 1502100070

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.(Q.S An-Nisa :29)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : diponegoro, 2005) h.65

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda dan Ibundaku yang senantiasa memberikan dorongan demi dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro,
3. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy, selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
5. Bapak Sainul, SH, MA, selaku Pembimbing I pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
6. Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I, selaku Pembimbing II pada skripsi ini, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada peneliti.
7. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

8. Pimpinan dan segenap Karyawan di PT. BPRS Metro madani Kantor Cabang Jatimulyo yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Perbankan Syariah.

Metro, Mei 2019
Peneliti,



Lela Oktaviana
NPM. 1502100070

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan	6
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 9
A. <i>Account Officer</i> dan Nasabah	9
1. <i>Account Officer</i>	9
a. Pengertian <i>Account Officer</i>	9
b. Peranan <i>Account Officer</i> Secara Umum.....	10
c. Peranan <i>Account Officer</i> Menarik Minat Calon Nasabah	11
2. Nasabah	19
a. Pengertian Nasabah	19
b. Macam-macam Nasabah	20
B. Pembiayaan (<i>Lending</i>).....	23
1. Pengertian Pembiayaan (<i>Lending</i>).....	23
2. Macam-macam Pembiayaan (<i>Lending</i>).....	24

BAB III	METODE PENELITIAN	28
	A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	28
	B. Sumber Data	29
	C. Teknik Pengumpulan Data	30
	D. Teknik Analisa Data	32
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
	A. Profil PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo	34
	1. Sejarah PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo	34
	2. Visi Dan Misi Bank BPRS Metro Madani	35
	3. Uraian Tugas dan Stuktur Organisasi PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo	35
	4. Produk Penyaluran Dana Berbasis Bagi Hasil PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo	38
	5. Perkembangan Produk <i>Lending</i> PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.....	38
	B. Tugas, Fungsi dan Wewenang <i>Account officer</i> PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo.....	40
	C. Peranan <i>Account officer</i> Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah <i>Lending</i> PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.....	41
	D. Analisa Peranan <i>Account officer</i> Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah <i>Lending</i>	55
BAB V	PENUTUP.....	66
	A. Kesimpulan.....	66
	B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Jumlah Nasabah <i>Lending</i>	4
4.1. Tabel Perkembangan Produk Pembiayaan	39
4.2. Tabel Perkembangan Produk <i>Musyarakah</i>	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1. Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo	37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Izin Research
7. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
8. Foto-foto Penelitian
9. Surat Keterangan Bebas Pustaka
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.² Untuk mencapai tujuan tersebut perlu disusun strategi operasional pencapaiannya, yaitu BPRS tidak menunggu terhadap datangnya permintaan fasilitas, melainkan bersifat aktif dengan melakukan sosialisasi/penelitian kepada usaha-usaha yang berskala kecil yang perlu dibantu tambahan modal, sehingga memiliki prospek bisnis yang baik melalui menawarkan produk pembiayaan dan BPR syariah mengkaji pangsa pasar, tingkat kejenuhan, dan tingkat kompetitifnya produk yang akan diberi pembiayaan.³

Aktivitas perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *Funding*. Pengertian menghimpun dana (*funding*) adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas. Pembelian dana dari masyarakat luas dilakukan bank dengan memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanam dananya dalam bentuk simpanan.

² M. Nur Riyanto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), Hlm.198

³*Ibid.*, h. 199.

Setelah memperoleh dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, maka oleh perbankan dana tersebut diputar kembali dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan istilah pembiayaan (*lending*). Dalam pemberian pembiayaan bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dapat berdasarkan bagi hasil atau penyertaan modal. Prinsip syariah yang diterapkan oleh bank syariah adalah pembiayaan yang berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musharakah*), prinsip jual beli dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa itiqna*).⁴

Perkembangan pembiayaan perbankan syariah tidak lepas dari peranan *Account officer* yang merupakan sosok marketing penting dalam produk pembiayaan.⁵ Pengertian *Account officer* yaitu merupakan unit yang bertanggung jawab dalam memasarkan produk dan jasa bank, menganalisis data yang diterima dari calon debitur, dan selanjutnya mengajukan usul untuk diterima atau ditolaknya permohonan pembiayaan, serta membina hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan nasabah.⁶

⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2002), Hlm.23-24.

⁵ Ahmad Syakir, "Peran *Account Officer* Dan Perkembangan Pembiayaan Pada Perkembangan Syariah" *MADANIA*, (Medan: fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Sumatera Utara), Vol. XVIII, No. 1, Juni 2014, h. 87.

⁶ Veithzal Rivai, *Islamic Financial Manajement*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 585

Peranan *Account officer* yaitu diantaranya mencari dan mendapatkan calon nasabah, serta merencanakan kunjungan-kunjungan ke calon nasabah, melakukan penjualan produk pembiayaan kepada calon nasabah, menerapkan prinsip “*know your customer*” dalam berhubungan dengan nasabah, membuat laporan berkala kunjungan nasabah, mengumpulkan dan meneliti data dan informasi nasabah dalam rangka memproses pemberian pembiayaan, memonitor pencairan dana pembiayaan maupun pelunasan pembiayaan, memelihara hubungan baik dengan nasabah, melakukan *cross-selling* produk-produk bank lainnya,⁷ memasarkan produk dan jasa-jasa lain, mengembangkan produk dan jasa baru, me-manage bisnis kormesial, menyetujui atau menolak permohonan pembiayaan baru atau perpanjangan sesuai dengan analisis dengan menggunakan formulir-formulir *credit approval package*, mengusulkan, serta merekomendasikan restrukturisasi atas suatu permohonan jika diperlukan untuk menekan risiko, memantau portofolio pembiayaan yang berda dalam tanggung jawabnya dan mendeteksi adanya masalah sedini mungkin melalui output komputer mengenai *exception report* untuk rekening-rekening yang *overdraft* atau peluang timbulnya hal-hal yang potensial menjadi bermasalah, menyiapkan laporan dan

⁷IBI dan LSSP, *Mengelola Bisnis*, h. 13.

statistik tepat pada waktunya,⁸ mengelola account, mengelola produk, mengelola kredit, mengelola penjualan, mengelola profitabilty.⁹

PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo berharap tetap tumbuh dengan pesat seiring berkembangnya zaman, dengan adanya produk-produk pembiayaan PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo berharap dapat meningkatkan pendapatan perusahaannya melalui proses penyaluran dana yang dilakukan *Account officer* kepada nasabah. Hal ini membuat profesi *Account officer* sangat dibutuhkan untuk menarik minat nasabah. Minat sebagai suatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan penuh kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan lingkungannya.¹⁰ Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank.¹¹

PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo memiliki tiga orang yang berprofesi menjadi *account officer* yang menjalankan peranannya berkaitan dengan pembiayaan dalam menarik minat calon nasabah untuk menjadi nasabah pembiayaan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:¹²

⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Financial*., h. 495.

⁹ Fuad Riyadi dan Sri Wahyuni, “ Peran *Account Officer* di Lembaga Keuangan Syari’ah (Study Kasus di BMT Mandiri Syari’ah Jepara)”, (ttp.: tnp.), *MALIA*, Vol. 1 (2017): 41-42.

¹⁰ Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta:Bumi Aksara,2009), h. 92.

¹¹ M Nur Riyanto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah*., h.189.

¹² Wawancara dengan Bpk. Joko Susilo selaku kepala cabang PT BPRS Metro Madani pada tanggal 10 November 2018.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah *Lending* 2016-2018

Tahun	Total nasabah <i>lending</i>
2016	105
2017	125
2018	139

Dari tabel di atas bahwa pihak *account officer* pada tahun 2016 total nasabah pembiayaan sebanyak 105 nasabah, kemudian tahun 2017 total nasabah pembiayaan sebanyak 125 nasabah, dan pada tahun 2018 total nasabah pembiayaan sebanyak 139 nasabah.¹³ Dari seluruh produk pembiayaan yang berhasil dicairkan kepada nasabah di PT BPRS Metro Madani pihak *account officer* kesulitan dalam menarik minat calon nasabah musyarakah. Oleh karena itu jumlah nasabah musyarakah cenderung lebih sedikit di bandingkan jumlah nasabah pembiayaan lainnya. Yaitu dari jumlah total nasabah pembiayaan yang mencapai 100 nasabah lebih bahwa nasabah pembiayaan musyarakah hanya terdapat 1 nasabah dari tahun 2016 sampai 2019.

Dari latar belakang masalah Peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Peranan *Account officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo.

¹³ Wawancara dengan Bpk. Joko Susilo selaku kepala cabang PT BPRS Metro Madani pada tanggal 10 November 2018.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dibuat perumusan masalah yaitu bagaimana peran yang dilakukan *Account officer* meyakinkan calon nasabah dalam menarik minat sehingga menjadi nasabah *lending* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Penelitian ini dinamaksudkan untuk mengumpulkan data-data dan informasi yang berkaitan dengan Peranan *Account officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending* PT BPRS Metro Madani. Adapaun tujuan penelitian ini yaitu mengetahui peran *account officer* meyakinkan calon nasabah dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo menjadi nasabah *lending*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan pengumpulan data dan pengolahan data menjadi informasi yang berguna sebagai bahan masukan dan sebagai sumbangan pemikiran bagi penyempurnaan peranan *account officer* dalam menarik calon nasabah *lending*.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi disiplin ilmu operasional tentang hal-hal yang perlu

diperhatikan dalam aplikasi keilmuan *account officer* PT
BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan ini dilakukan untuk menghindari terjadinya duplikasi maka tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu dilakukan dalam penelitian ini. Sehingga dapat ditentukan posisi penelitian yang akan dilakukan. Misalnya peneliti membandingkan beberapa contoh hasil penelitian terdahulu baik bersumber dari tugas akhir maupun dari skripsi yang telah terlihat diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh

Dewi Winarsih STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2014 dengan judul “Upaya Bank BRI Syariah Kcp Metro Dalam Meningkatkan Minat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah”. Dalam penelitian ini memiliki tujuan mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan bank BRI dalam meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk perbankan syariah.¹⁴

2. Penelitian yang dilakukan oleh Vivi Ayu Margaretha IAIN Metro tahun 2017 dengan judul “Upaya BRI Syariah Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Pembiayaan Umroh Di BRI Syariah KCP Metro Lampung”. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana upaya BRI syariah

¹⁴ Tugas Akhir, Dewi Winarsih, “Upaya Bank BRI Syariah Kcp Metro Dalam Meningkatkan Minat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah”, Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro: 2014.

dalam menumbuhkan minat masyarakat pada pembiayaan umroh.¹⁵

3. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Susanti STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2015, dengan judul “Strategi Bank Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KCP Natar”. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Natar dalam upaya menarik minat nasabah.¹⁶

Berdasarkan ketiga penelitian di atas, dapat diketahui bahwa peneliti memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya, dimana penelitian terdahulu secara garis besar membahas tentang upaya yang dilakukan bank syariah dalam menarik minat nasabah, perbedaan dalam penelitian ini yaitu peneliti membahas peranan *Account Oficcer* dalam sebuah perbankan dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo agar tertarik untuk mengambil sebuah produk pembiayaan (*lending*) di PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo.

¹⁵ Tugas Akhir, Vivi Ayu Margaretha, “Upaya BRI Syariah Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Pembiayaan Umroh Di BRI Syariah KCP Metro Lampung”, Perpustakaan IAIN Metro: 2017.

¹⁶ Tugas Akhir, Desi Susanti, “Strategi Bank Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KCP Natar”, Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro: 2015.

BAB II

Landasan Teori

A. *Account Officer* dan Nasabah

1. *Account Officer*

a. Pengertian *Account Officer*

Menurut Ikatan Bankir Indonesia *Account Officer* merupakan petugas penjual pembiayaan yang memiliki kemampuan untuk mencari nasabah, menawarkan produk pembiayaan kepada nasabah potensial, dan menyusun proposal usulan pemberian pembiayaan.¹⁷

Menurut Veithzal Rivai *Account Officer* merupakan unit yang bertanggung jawab dalam memasarkan produk dan jasa bank, menganalisis data yang diterima dari calon debitur, dan selanjutnya mengajukan usul untuk diterima atau ditolaknya permohonan pembiayaan, serta membina hubungan bisnis yang saling menguntungkan dengan nasabah.¹⁸

Muhammad menyebutkan *Account Officer* orang yang bertugas memproses calon nasabah (pembiayaan) atau permohonan pembiayaan sehingga menjadi nasabah. selanjutnya membina nasabah (pembiayaan) tersebut agar memenuhi kesanggupannya terutama dalam pembayaran kembali pinjamannya. Juga menyelesaikan kasus

¹⁷ IBI dan LSSP, *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta Pusat: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2015), h.13

¹⁸ Veithzal Rivai, *Islamic Financial Management Teori, Konsep, Dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 585

atau masalah nasabah (pembiayaan) yang mungkin terjadi. Dengan demikian jauh hari sebelum menjadi nasabah (pembiayaan) perlu dilakukan penanggulangan kemungkinan terjadi masalah, sehingga sejauh mungkin dihindari dengan cara prevent.¹⁹

Jadi dapat disimpulkan bahwa *Account Officer* merupakan seorang petugas bank yang mempunyai tanggung jawab dalam mengembangkan suatu produk pembiayaan melalui kegiatan memasarkan produk pembiayaan, mencari calon nasabah pembiayaan lalu kemudian mengidentifikasi apakah calon nasabah layak atau tidak untuk menerima pembiayaan.

b. Peranan *Account Officer* Secara Umum

Secara umum peranan *Account officer* adalah sebagai berikut:

- a) diantaranya Mencari dan mendapatkan calon nasabah, serta merencanakan kunjungan-kunjungan ke calon nasabah
- b) Melakukan penjualan produk pembiayaan kepada calon nasabah
- c) Menerapkan prinsip “*Know Your Customer*” dalam berhubungan dengan nasabah
- d) Membuat laporan berkala kunjungan nasabah
- e) Mengumpulkan dan meneliti data dan informasi nasabah dalam rangka memproses pemberian pembiayaan
- f) Memonitor pencairan dana pembiayaan maupun pelunasan pembiayaan,
- g) Memelihara hubungan baik dengan nasabah
- h) Melakukan *cross-selling* produk-produk bank lainnya²⁰
- i) Memasarkan produk dan jasa-jasa lain
- j) Mengembangkan produk dan jasa baru
- k) Me-manage bisnis kormesial
- l) Menyetujui atau menolak permohonan pembiayaan baru atau perpanjangan sesuai dengan analisis dengan menggunakan formulir-formulir *credit approval package*, mengusulkan, serta

¹⁹ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2005), h. 33.

²⁰ IBI dan LSSP, *Mengelola Bisnis*,. h. 13.

merekomendasikan restrukturisasi atas suatu permohonan jika diperlukan untuk menekan risiko

- m) Memantau portofolio pembiayaan yang berda dalam tanggung jawabnya dan mendeteksi adanya masalah sedini mungkin melalui output komputer mengenai *exception report* untuk rekening-rekening yang *overdraft* atau peluang timbulnya hal-hal yang potensial menjadi bermasalah
- n) Menyiapkan laporan dan statistik tepat pada waktunya,²¹
- o) Mengelola Account
- p) Mengelola Produk
- q) Mengelola Kredit
- r) Mengelola Penjualan
- s) Mengelola Profitabilty.²²

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *account officer* memiliki peran yang sangat peting dlam sebuah bank, hal ini dapat dilihat dari berbagai tugas dan fungsi *account officer* yang dijalankan oleh *account officer* dari penjualan produk dengan cara memasarkan produk bank kepada calon nasabah maupun nasabah, kemudian menganalisis nasabah yang mengajukan pembiayaan sesuai dengan kriteria sampai dengan memantau serta mebina kegiatan usaha yang dilakukan oleh nasabah agar dapat berjalan dengan baik dan mencapai tujuan.

c. Peranan *Account Officer* Dalam Menarik Minat Calon Nasabah

- a) Menerapkan prinsip “*Know Your Customer*” dalam berhubungan dengan nasabah.²³

Setiap *Account Officer* memahami bahwa nasabah sebagai konsumen bank yang harus diberi dorongan agar berminat

²¹ Veithzal Rivai, *Islamic Financial*., h. 495.

²² Fuad Riyadi dan Sri Wahyuni, “ Peran *Account Officer* di Lembaga Keuangan Syari’ah (Study Kasus di BMT Mandiri Syari’ah Jepara)”, (ttp.: tnp.), *MALIA*, Vol. 1 (2017): 41-42.

²³ IBI dan LSPP, *Mengelola Bisnis Bank*., h. 13.

membeli produk bank.²⁴ Posisi nasabah adalah sebagai partner atau sebagai mitra bisnis bank. Selaku wiraniaga maka *Account Officer* dituntut untuk mampu mengenal dan memahami nasabah yaitu:²⁵

- (1) Harus memahami nasabah adalah tahu betul tentang kondisi para nasabah, baik secara fisik maupun mental.
- (2) Harus berperan aktif untuk mendorong dan meyakinkan prospek agar berminat membeli produk bank.
- (3) Harus dibekali ilmu kejiwaan, agar bisa membaca sikap dan tingkah laku prospek.

Dalam memahami kebutuhan nasabah yaitu dengan memberikan pertanyaan berdasarkan kondisi calon nasabah, memberikan pertanyaan yang mengarahkan, memberikan pertanyaan yang mengarahkan pada dampak, memberikan pertanyaan yang memberikan solusi.²⁶

b) Memasarkan produk dan jasa-jasa lain.²⁷

Setiap karyawan bank terutama *Account Officer* mampu mengenal pasar dengan baik mengatasi rintangan mencari pemecahan guna memperoleh penyelesaian.²⁸ *Account Officer* menghayati beberapa kegiatan dalam mengelola pemasaran yaitu menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran memilih sasaran dan terakhir merencanakan bauran pemasaran.

- (1) Dalam mengelola usaha pemasaran, perlu langkah-langkah²⁹, yaitu sebagai berikut:
 - (a) Merencanakan strategi dan program pemasaran.
 - (b) Mengimplementasikan strategi dan program tersebut melalui organisasi pemasaran yang efektif.

Dalam mengembangkan strategi pemasaran, harus dipertimbangkan bukan hanya kebutuhan nasabah atau calon nasabah, melainkan posisi bank dengan pesaing. Setiap karyawan bank terutama *Account Officer* memahami analisis program pemasaran yang baik perlu pelaksanaan yang baik pula.

- (c) Mengendalikan usaha pemasaran untuk menjamin bahwa perusahaan yang bersangkutan beroperasi secara efektif dan efisien.

(2) Menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran

²⁴ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account Officer Bank Handal dan Tangguh*, (Bandung: Quantum Expert, 2015), h. 192

²⁵ *Ibid.*, h. 193.

²⁶ IBI dan LSPP, *Mengelola Bisnis Bank*, h. 237.

²⁷ Veithzal Rivai, *Islamic Financial*, h. 495.

²⁸ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account Officer*, 301.

²⁹ *Ibid.*, h. 320.

Setiap karyawan bank terutama *Account Officer* menghayati pengertian umum pasar dan pengertian khusus pasar produk tempat bertemunya *Account Officer* bank dengan calon nasabah dan nasabah. Untuk mengetahui situasi pasar secara sempurna maka *Account Officer* harus memperhatikan berbagai variabel yang mempengaruhi pasar, yaitu:³⁰

- (a) Organisasi pasar dan kondisi kerja pasar.
- (b) Saat pasar membutuhkan produk bank.
- (c) Cara calon nasabah memperoleh produk bank.

Dalam menghadapi pasar maka tugas *Account Officer* adalah menganalisis dan mengidentifikasi kerangka kerja pasar, agar apa yang diharapkan yaitu produk bank laku dengan lancar. Setiap karyawan bank terutama *Account Officer* memahami dan mengetahui dalam upaya mengidentifikasi pasar ditinjau dari sudut motif pembelian dan tingkat konsumen.³¹

Bank yang tumbuh di tengah-tengah masyarakat maka *Account Officer* harus mampu mengenal sikap dan minat membeli atau tidak serta motivasi pembelian produk. *Account Officer* yang berperan Sebagai ujung tombak bank yang secara langsung berhubungan dengan berbagai tipe manusia sebagai prospek. Maka harus relevan *Account Officer* memahami tentang perilaku manusia, ada beberapa perilaku manusia yang harus dihadapi, namun *Account Officer* dituntut memiliki kemampuan sebagai berikut:³²

- (a) Bersikap hormat kepada prospek dan nasabah
- (b) Selalu berpenampilan cerah dan menjaga senyum
- (c) Menyesuaikan pembicaraan dengan nasabah
- (d) Menutup pembicaraan dengan memuaskan lawan
- (e) Menjawab keberatan prospek dan nasabah
- (f) Menjelaskan produk yang ditawarkan
- (g) Tabah menghadapi nasabah yang rewel
- (h) Menjaga citra perusahaan

(3) Bauran pemasaran

Setiap *Account Officer* memahami bahwa nasabah sebagai konsumen bank harus diberi dorongan agar berminat membeli produk bank.³³ Prospek potensial terpengaruh oleh berbagai faktor pendorong termasuk *marketing mix* yang dilakukan oleh *Account Officer*.

³⁰ *Ibid.*, h. 266.

³¹ *Ibid.*, h. 266.

³² *Ibid.*, h. 156.

³³ *Ibid.*, h. 192.

Dalam ilmu marketing dikenal konsep bauran pemasaran (*Marketing mix*) yaitu yang terdiri dari:³⁴

(1) *Product* (Produk)

Produk yang disediakan bank syariah bukan berupa produk barang melainkan produk jasa yang mengacu pada nilai-nilai syariah. Agar lebih menarik minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan produk tersebut harus tetap diversifikasi agar mereka mau beralih menggunakan jasa perbankan syariah.

(2) *Price* (Harga)

Harga merupakan salah satu elemen pendapat *Marketing mix*. Menentukan harga jual produk yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor menarik minat nasabah.

(3) *Place* (Tempat atau saluran distribusi)

Penetrasi pasar perbankan syariah yang baik didukung oleh tempat dan saluran distribusi yang baik pula untuk menjual produk jasa yang ditawarkan kepada nasabah. Adanya unit pelayanan perbankan syariah hingga pelosok daerah adalah keharusan jika ingin melakukan penetrasi pasar dengan baik. Berkerjasama dengan pelayanan sejenis agar jasa yang ditawarkan dengan berbasis syariah tersebut bisa sampai menyebar hingga ke pelosok-pelosok daerah.

(4) *Promotion* (Promosi)

Dalam *marketing mix*, efektivitas sebuah iklan sering digunakan untuk menanamkan brand image atau agar lebih mudah dikenal keberadaannya. Ketika *brand image* sudah tertanam dalam benak masyarakat umum maka proses penjualan produk bank mudah dilakukan.³⁵

Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang sangat besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan untuk mendorong calon nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan. Adapun bauran promosi yaitu:³⁶

- (a) Pengiklanan adalah bentuk presentasi dan promosi ide, barang atau jasa secara nonpersonal oleh sponsor yang teridentifikasi. Bentuk pengiklanan misalnya adalah brosur, poster, audiovisual melalui media televisi, radio, logo dan lain sebagainya.

³⁴ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan.*, h. 291-293.

³⁵ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan.*, h. 293.

³⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 222.

- (b) Hubungan masyarakat dan publisitas adalah suatu program yang didesain untuk memperomosisikan atau melindungi imej perusahaan atau produk perusahaan secara individual misalkan melalui seminar, laporan tahunan, sponsor, kegiatan donatur dan lain sebagainya.
- (c) Pemasaran langsung adalah menggunakan surat, telepon, dan alat kontak nonpersonal lainnya untuk berkomunikasi atau mednapatkan respon dari pelanggan atau prospek tertentu.
- (d) Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek untuk mendorong nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan.

Promotion merupakan suatu aktivitas dan materi untuk mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah. Tujuan kegiatan promosi antara lain:³⁷

- (a) Mengidentifikasi dan menarik nasabah baru
 - (b) Mengkomunikasikan produk baru
 - (c) Menginformasikan kepada nasabah tentang peningkatan kualitas produk
 - (d) Memotivasi nasabah agar memilih atau membeli suatu produk.
- (5) *People* (Orang)

SDM yang memadai dari sisi pengetahuan terhadap produk yang ditawarkan sangat diperlukan, karena jika strategi yang diimplementasikan keliru, akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara jangka panjang.

(6) *Phisical Evidence* (Bukti Fisik)

Cara dan bentuk pelayanan yang baik kepada nasabah perbankan syariah yang diharapkan akan memberikan sebuah testimonial positif kepada masyarakat umum guna mendukung perkembangan perbankan syariah.

Adapun unsur-unsur pelayanan yang menentukan keberhasilan suatu bank yaitu:³⁸

- (a) Kecepatan pelayanan sangat ditentukan oleh teknologi, jumlah loket pelayanan dan sistem prosedur yang dimiliki bank tersebut.
- (b) Kenyamanan adalah rasa nyaman yang diperoleh nasabah jika berada dalam kantor bank tersebut

³⁷ IBI dan LSSP, *Mengelola Bisnis Pembiayaan.*, h. 222.

³⁸ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account Officer.*, h. 316.

yang meliputi kenyamanan ruang publik, kenyamanan parkir mobil, dan kenyamanan mengambil dan menyetor uang.

- (c) Keamanan adalah rasa aman bagi nasabah dan tidak gelisah berurusan dengan bank
 - (d) Kemudahan adalah rasa mudah bagi nasabah yang meliputi mudah prosedur, mudah melakukan komunikasi, mudah dijangkau dan mudah melakukan hubungan telepon.
 - (e) Keramahan dalam pelayanan yang lebih bersifat mutu sumber daya manusia.
 - (f) Kecanggihan teknologi yang meliputi peralatan dan komputerisasi diberbagai bidang, ketrampilan yang profesional.
- (7) *Process* (Proses)

Proses melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan perbankan syariah yang efektif dan efisien.³⁹

Berbagai faktor *marketing mix* tersebut menyatu dalam pikiran calon nasabah, diolahnya sedemikian rupa sehingga akhirnya ia membuat keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan, faktor bauran pemasaran akan mempengaruhi cara berfikir calon nasabah. Prospek berfikir dengan berbagai pertimbangan untuk membeli atau tidak. Setelah melalui berbagai pemikiran pertimbangan, akhirnya calon nasabah mengeluarkan tanggapan kepada, berupa kata-kata yang mungkin memutuskan membeli atau menolak untuk membeli produk yang ditawarkan *Account Officer*. Umumnya calon nasabah bila diperkenalkan oleh *Account Officer* tentang *stimulus* mengenai suatu produk, maka ia berpikir dan menanggapi.⁴⁰

- c) Memelihara hubungan baik dengan nasabah.⁴¹

Yang dimaksud *Account Officer* dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah dimana *Account Officer* lebih cenderung menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah. Jika kepentingan ini menjadi dasar *Account Officer* maka kemungkinan akan terjadi dua hal yaitu:⁴²

³⁹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan*., h. 293.

⁴⁰ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account Officer*.,195.

⁴¹ IBI dan LSPP, *Mengelola Bisnis*., h. 13.

⁴² IBI dan LSPP, *Mengelola kualitas layanan perbankan*, (Jakarta Pusat: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 205.

- (1) Hubungan baik dengan nasabah, misalnya nasabah akan menjadi pelanggan tetap atau menjadi loyal terhadap pemakaian produk bank.
- (2) Keuntungan lain yang akan terjadi pada masa yang akan datang kemungkinan calon nasabah akan datang kembali.

Adapun kiat-kiat dalam menjalin hubungan dengan nasabah antara lain:⁴³

- (1) Ketahuilah hobi, kebiasaan dan kesenangannya
Untuk mengambil hati orang lain agar bank dapat disenangi serta dapat berkerja sama maka bank harus dapat memberikan perhatian tersendiri untuk nasabah.
- (2) Tunjukan rasa hormat
Tunjukkan bank bank mengetahui dan mengerti siapa nasabah tersebut sebelumnya dan tunjukkan bahwa bank menjunjung tinggi mereka.
- (3) Ingat pengalaman dan kebutuhannya
Bila bank ingin mendapatkan perhatian nasabah serta meyakinkannya maka dekatilah nasabah melalui pengalaman hidupnya dan kebutuhannya.
- (4) Gunakan bahasanya
Berbicaralah sesuai dengan bahasa pikiran dan sudut pandang nasabah, apabila nasabah yang dihadapi adalah nasabah dengan tingkat pendidikan yang tidak terlalu tinggi, maka jangan gunakan bahasa perbankan yang terlalu teknis.
- (5) Pancing nasabah agar tidak tertutup
Cara termudah untuk mempengaruhi seorang adalah dengan membuat mereka terkesan dengan memancing nasabah untuk berbicara mengenai urusan, permasalahan, pengetahuan, dan pendapat mereka. Berusahalah menjadi pendengar yang baik.
- (6) Jadikanlah nasabah orang yang penting
Salah satu cara mempengaruhi orang lain adalah dengan menunjukkan kepadanya bahwa kiuta menganggap nasabah orang yang penting, perhatikan bahwa kita menyukainya dan tertarik padanya.
- (7) Atasi keberatannya dengan tepat
Jika terjadi keberatan atau oposan pada nasabah maka usahakanlah membujuknya agar nasabah menyutujui atau melonggarkan keberatannya dengan cara beri kesempatan nasabah untuk mempertimbangkan kembali, bila keberatan perlu dilayani secara langsung maka usahakanlh

⁴³ M. Noor Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 202.

menanggapinya dan mendengar keluhannya dan yakinkan bahwa setiap permasalahan dapat dicarikan jalan keluarnya.

(8) Jaga harga diri nasabah

Tidak menyampaikan berita jelek atau yang dapat mengecewakan nasabah.

d) Mengelola Penjualan

Seorang *Account Officer* pada dasarnya ujung tombak bank dalam memasarkan produknya, maka seorang *Account Officer* juga harus memiliki *salesmanship* yang memadai untuk memasarkan produk yang ditawarkan.⁴⁴ Sikap *salesmanship* yang harus dimiliki *Account Officer* yaitu:⁴⁵

- (1) Memiliki pengetahuan yang luas baik tentang perusahaan atau produsen, tentang jasa atau barang yang ditawarkan.
- (2) Mampu memberikan penjelasan ketika ditanya, diperlukan maupun tidak.
- (3) Mampu menerangkan manfaat, sifat, kelebihan produk atau jasa bank.
- (4) Tidak memaksa calon nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan namun mampu menggiring calon nasabah untuk tertarik pada produk atau jasa yang ditawarkan.
- (5) Berprilaku baik tidak membuat jengkel calon nasabah.
- (6) Mampu memberikan kesan yang baik melalui penampilan, cara bicara dan memiliki sopan santun.

Adapun hal yang perlu diperhatikan *account officer* dalam melakukan penjualan produk pembiayaan yaitu:⁴⁶

(1) Wilayah berdasarkan sektor ekonomi

Seorang *Account Officer* harus mampu mengamati secara mendalam prospek berdasarkan sektor ekonomi sehingga dapat melakukan penjualan produk yang lebih spesifik.

(2) Wilayah berdasarkan profesi

Seorang *Account Officer* mampu mengamati secara lebih mendalam prospek berdasarkan profesi sehingga dapat melakukan penjualan dengan produk yang lebih spesifik dengan mencari tau data masyarakat setempat berdasarkan profesi masing-masing lalu memposisikan produk yang kemungkinan cocok dengan masing-masing profesi.

(3) Wilayah berdasarkan tingkat kehidupan

⁴⁴ *Ibid*, h. 42.

⁴⁵ M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan. Ke-7 (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 100.

⁴⁶ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account Officer.*, h. 147-149.

Seorang *Account Officer* mampu mengetahui tingkat kehidupan masyarakat setempat sehingga bank dapat memperkirakan kemampuan menabung dan memperoleh kredit dari bank.⁴⁷

(4) Wilayah berdasarkan agama

Seorang *Account Officer* dapat mampu mengetahui kelompok masyarakat berdasarkan agama dan kepercayaan karena menyangkut pola hidup. Dalam setiap agama memiliki hari perayaan sendiri, yang pada umumnya pada saat menjelang perayaan tingkat kebutuhan lebih tinggi. Dari momentum tersebut memiliki arti tersendiri bagi *Account Officer* untuk dapat menarik minat prospek mengambil suatu produk yang ditawarkan, dan bagi bank memiliki nilai ekonomi tersendiri untuk peluang bisnisnya.⁴⁸

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa peranan *account officer* dalam menarik minat nasabah dengan menjaga hubungan baik terhadap nasabah maupun calon nasabah hal ini memungkinkan akan terjadinya pembelian ulang produk bank atau dapat menarik minat calon nasabah. Selanjutnya *account officer* dalam memasarkan produk dan jasa bank agar tepat sasaran maka *account officer* harus dapat menganalisis lingkungan apakah produk bank sesuai dengan kebutuhan calon nasabah. Untuk mendorong calon nasabah agar berminat kepada produk yang ditawarkan maka *account officer* menggunakan stimulus pemasaran yaitu *marketing mix*.

⁴⁷ Ibid., h. 150.

⁴⁸ Ibid., h. 153.

2. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Menurut M. Nur Rianto Al Arif nasabah didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.⁴⁹

Dalam buku Kasmir menyebutkan pengertian nasabah dalam Undang-Undang tentang perubahan atas undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan pasal 1, bahwa nasabah yaitu pihak yang menggunakan jasa bank.⁵⁰

Menurut Muhammad nasabah adalah setiap orang yang datang ke bank untuk bertransaksi, setiap orang yang menelpon bank untuk mendapatkan informasi dan setiap orang yang ada di kantor.⁵¹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan nasabah merupakan individu atau sekelompok individu yang memanfaatkan jasa tau produk yang disediakan oleh bank baik dalam menyimpan dananya maupun dalam pengambilan dana melalui produk pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai dengan kebutuhan nasabah.

⁴⁹ M. Noor Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, h. 189.

⁵⁰ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 353.

⁵¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP YKPN, 2005), h. 225.

b. Macam-Macam Nasabah

Nasabah dapat dibedakan menjadi berbagai macam, yaitu sebagai berikut:

1) Berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, berdasarkan pengertian nasabah dibagi menjadi dua yaitu:

- a) Nasabah penyimpan, yaitu nasabah yang menepatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank yang bersangkutan.
- b) Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.⁵²

2) Berdasarkan kelompok, nasabah di golongan menjadi dua yaitu:⁵³

a) *Whosale*

Yaitu kelompok nasabah yang memiliki usaha dalam bentuk korporasi dan menengah.

b) *Retail*

Yaitu kelompok usaha nasabah yang diklasifikasikan sebagai pengusaha kecil.

Untuk setiap nasabah baik nasabah perorangan maupun nasabah perusahaan memerlukan pendekatan berbeda. Untuk nasabah perorangan atau individu proses penawaran produk bank bisa dilakukan secara personal, namun

⁵² *Ibid.*, h. 353.

⁵³ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), h. 38.

berbeda dengan nasabah perusahaan proses pendekatannya memerlukan cara khusus. Untuk menentukan produk apa yang cocok dan sesuai kepada nasabah perlu diperhatikan karakteristik nasabahnya, seperti contoh, berdasarkan gender/jenis kelamin, usia dan status nasabah.⁵⁴

3) Berdasarkan sikap kepribadian nasabah, nasabah di golongkan menjadi empat golongan yaitu:⁵⁵

- a) Nasabah *Sanguine* adalah nasabah yang ingin populer, dalam keseharian pribadinya sangat menyenangkan, enak diajak berbicara, menunjukkan kehangatan, antusias, banyak bicara. Nasabah *sanguine* sangat mudah dipengaruhi dan diubah, dengan banyak memuji kita bisa mengambil hatinya dan berikan hadiah kecil untuknya. Karna nasabah *sanguine* sangat senang dengan sebuah hadiah dan pujian.
- b) Nasabah *Choleric*, nasabah *choleric* terlihat sangat formal dan berwibawa serta memancarkan keyakinan, dalam berpakaian lebih sering menggunakan setelan formal. Dalam melayani nasabah *choleric* harus to the point, karena dia menuntut kecepatan, berikan penjelasan dengan poin-poin tertentu, sapa lebih-lebih dahulu, tidak didebat dan bharngai dia sebagai seorang boss besar yang kita layani dengan cepat, tepat dan benar.
- c) Nasabah *Phlegmatic*, nasabah terlihat sederhana, orangnya tenang, rileks dan santai, tidak terburu-buru, sabar dan simpatik. Menghadapi nasabah *phlegmatic* seorang *Account Officer* sebagai pemasar produk pembiayaan harus pandai mengambil hatinya, dengarkan yang nasabah *phlegmatic* bicarakan jangan dipotong karena nasabah *phlegmatic* sulit untuk mengungkapkan apa yang dipikirkannya. Dalam transaksi cenderung mempertimbangkan apa yang akan di ambilnya.
- d) Nasabah *Melancolic*, nasabah yang menuntut kesempurnaan karena dia seorang yang *perfectonist*, *idealis*, teliti dan detail. Dalam menghadapi nasabah

⁵⁴ IBI dan LSPP, *Mengelola kualitas layanan perbankan*, (Jakarta Pusat: PT Grmaedia Pustaka Utama, 2014), h. 197.

⁵⁵ *Ibid.*, h. 221-222.

melancolic harus berpenampilan rapih karena nasabah *melancolic* senang kerapian, jangan terlambat dan puji dengan tulus, dan membutuhkan tempat yang nyaman serta tidak bising untuk menyampaikan produk atau jasa bank yang ditawarkan.

Dari deifinisi diatas dapat disimpulkan bahwa macam-macam nasabah dapat dibedakan berdasarkan pengertiannya yaitu nasabah penyimpan dan nasabah debitur, secara umum jenis nasabah berdasarkan kelompok terdapat jenis nasabah perorangan dan nasabah perusahaan yang menggunakan fasilitas jasa atau produk yang diberikan oleh bank. Untuk memperlancar pendekatan dengan calon nasabah agar nasabah tertarik dengan produk dan jasa yang tawarkan maka bank harus memahami kepribadian yang dimiliki masing-masing nasabah.

B. Pembiayaan (*Lending*)

1. Pengertian pembiayaan (*Lending*)

Menurut Kasmir pengertian pembiayaan yaitu merupakan kegiatan menjual dana yang berhasil dihimpun dari masyarakat. Kegiatan ini dikenal dengan nama *lending*.⁵⁶

Menurut Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin istilah pembiayaan pada dasarnya lahir dari pengertian *I believe, I trust* yaitu saya percaya atau saya menaruh kepercayaan. Perkataan pembiayaan yang artinya kepercayaan (*trust*) yang berarti bank menaruh kepercayaan kepada seseorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan oleh bank

⁵⁶ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 32.

selaku *shahibul maal*. Dana tersebut harus digunakan dengan benar, adil dan harus disertai dengan ikatan dan syarat-syarat serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, sebagaimana firman Allah dalam:⁵⁷

Surah An-Nisa' (4) ayat 29 yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Allah melarang mengambil harta orang lain dengan jalan batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka.

Jadi dapat disimpulkan pembiayaan merupakan dana yang diberikan pihak bank sebagai *shahibul maal* kepada nasabah sebagai *mudharib*, bank menaruh kepercayaan kepada nasabah untuk mengelola dananya dalam bentuk usaha yang dijalankan nasabah berdasarkan akad pembiayaan yang disepakati sejak awal.

2. Macam-macam Pembiayaan (*Lending*)

Pembiayaan dibagi menjadi dua yaitu pembiayaan konsumtif dan pembiayaan produktif.⁵⁸ Yaitu sebagai berikut:

a. Pembiayaan Konsumtif

⁵⁷ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2010), h. 698.

⁵⁸ M. Noor Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran.*, h. 43.

Menurut Muhammad Syafii Antonio pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan dan akan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. kebutuhan konsumsi dibedakan menjadi dua yaitu, kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok seperti makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, maupun berupa jasa seperti pendidikan, pengobatan. Adapun kebutuhan sekunder adalah kebutuhan tambahan yang lebih tinggi dari kebutuhan primer.⁵⁹

b. Pembiayaan Produktif

Yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk pembiayaan sektor produktif, seperti pembiayaan modal kerja, pembiayaan pembelian barang modal dan lainnya yang mempunyai tujuan untuk memberdayakan sektor riil.

Menurut keperluannya pembiayaan produktif dibagi menjadi dua hal berikut:⁶⁰

1) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan modal kerja dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain:

a) Bagi Hasil

Kebutuhan modal kerja usaha yang beragam, seperti untuk membayar tenaga kerja, rekening listrik dan air, bahan baku dan sebagainya dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola bagi hasil dengan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.

⁵⁹ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*, cetakan. Ke-1 (Jakarta: Gemma Insani Pers, 2001), h. 168.

⁶⁰ Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah, edisi. Ke-1 (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008), h. 124.

Agar bank syariah dapat berperan aktif dalam usaha dan mengurangi kemungkinan risiko, seperti *moral hazard*, maka bank dapat memilih untuk menggunakan akad *musyarakah*.

b) Jual Beli

Kebutuhan usaha modal kerja usaha perdagangan untuk membiayai barang dagangan dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola jual beli dengan akad *murabahah*.

Kebutuhan modal kerja kerajinan dan produsen kecil dapat juga dipenuhi dengan akad *salam*. Dalam hal ini, bank syariah menyuplai mereka dengan *input* produksi sebagai modal *salam* yang ditukar dengan komoditas mereka untuk dipasarkan kembali.

2) Pembiayaan Investasi

Kebutuhan pembiayaan investasi dapat dipenuhi dengan berbagai cara, antara lain:⁶¹

a) Bagi Hasil

Pembiayaan investasi secara umum dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola bagi hasil dengan akad *mudharabah* dan *musyarakah*. Dengan cara ini bank syariah dan pengusaha berbagi risiko yang saling menguntungkan dan adil. Agar bank syariah dapat berperan aktif dalam kegiatan usaha dan mengurangi kemungkinan *moral hazard*, maka bank dapat memilih untuk menggunakan akad *musyarakah*.

b) Jual Beli

Kebutuhan investasi sebagiannya juga dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola jual beli dengan akad *murabahah*. Sebagai contoh, pembelian mesin, pembelian kendaraan untuk usaha, pembelian tempat usaha, dan sebagainya. Dengan cara ini bank syariah mendapatkan keuntungan margin jual beli dengan risiko yang minimal. Sementara itu pengusaha mendapatkan kebutuhan investasinya dengan perkiraan biaya yang tetap dan mempermudah perencanaan.

c) Sewa

Kebutuhan aset investasi yang biayanya sangat tinggi dan memerlukan waktu lama untuk memproduksinya pada umumnya tidak dilakukan dengan cara berbagi hasil atau kepemilikan karena risikonya yang sangat tinggi atau kebutuhan modalnya yang sangat terjangkau. Kebutuhan investasi seperti itu dapat dipenuhi dengan pembiayaan berpola sewa dengan akad *ijarah* atau *ijarah muntahiyah bittamlik*.

⁶¹ *Ibid.*, h. 125-126.

Selain itu pembiayaan ijarah bisa digunakan untuk pembiayaan peralatan industri, mesin-mesin pertanian, dan alat-alat transportasi.⁶²

Jadi dapat disimpulkan bahwa pembiayaan terbagi menjadi pembiayaan konsumtif dan pembiayaan produktif. pembiayaan konsumtif merupakan pembiayaan yang diambil berdasarkan kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder nasabah. Dalam pemenuhan kebutuhan pokok nasabah seperti makan, nasabah diberikan pembiayaan dengan akad *al-qardh al-hasan*, sedangkan untuk kebutuhan sekunder yaitu kebutuhan yang lebih tinggi yang dibutuhkan oleh nasabah maka akad yang digunakan yaitu *murabahah* atau jual beli dengan angsuran, *ijarah*, *rahn*. Sedangkan pembiayaan produktif yaitu pembiayaan yang digunakan untuk mendukung suatu kegiatan usaha yang dijalani oleh nasabah dengan cara mengambil pembiayaan modal kerja atau pembiayaan investasi.

⁶² *Ibid.*, h. 126.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*Field Research*) dapat di anggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif, dimana peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.⁶³

Penelitian lapangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dilakukan secara langsung di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo sebagai lokasi penelitian yang telah *peneliti* pilih untuk mengetahui Peranan *Account Officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending* Di PT BPRS Metro Madani.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dan dengan penjabaran kualitatif. Penelitian deskriptif yaitu pola pikir yang berusaha memahami suatu fenomena atau kejadian dengan jalan menjelaskan

⁶³ Lexy J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h. 26.

keadaan fenomena atau kejadian itu seperti apa adanya atau menjelaskan tangkapan peneliti tentang fenomena atau kejadian itu.⁶⁴

Disimpulkan bahwa deskriptif yang dimaksud adalah peneliti mengumpulkan data-data yang terkumpul dalam bentuk deskripsi atau gambaran bukan dalam bentuk angka-angka. Dimana peneliti memberikan gambaran dan keterangan-keterangan tentang Peranan *Account Officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending* Di PT BPRS Metro Madani.

B. Sumber Data

Sumber data sangat penting untuk melakukan penelitian, karena salah satu hal yang menentukan keberhasilan suatu penelitian. Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁶⁵ Sumber data primer didapatkan melalui interview atau wawancara yang dilakukan kepada kepala cabang PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo Bapak Joko Susilo, *Account Officer* yaitu bapak Edy Darmadi, bapak Iwan, bapak Azad Sudrajat, legal yaitu ibu Herwinda dan Teller yaitu ibu Tri Wahyuni.

⁶⁴ Moh Kasiran, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: UN-Maliki Press, 2008), h.100.

⁶⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 62.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁶⁶ Sumber data sekunder merupakan sumber data penunjang yang berkaitan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini sumber data sekunder yang menjadi sumber data penunjang adalah buku-buku yang berkaitan dengan permasalahan tersebut diantaranya buku tentang: *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah* karangan Ikatan Bankir Indonesia dan Lembaga Sertifikasi Profesi Perbankan, *Panduan Account Officer Bank Handal dan Tangguh* karangan H. Chairil M. Noor, *Manajemen Bisnis* karangan Pandji Anoraga dan lain-lain untuk mendukung penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Tanpa diketahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁶⁷ Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan melalui:

⁶⁶ Ibid., h. 62.

⁶⁷ Sugiyono, *Memahami Penelitian.*, h. 62.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara* yang mengajukan pertanyaan kepada *terwawancara*.⁶⁸ Metode wawancara yang *peneliti* gunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara semiterstruktur, wawancara semiterstruktur adalah wawancara yang dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari mjenis wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan yang lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancara dimintai pendapat dan ide-idenya.⁶⁹

Yang dilakukan pada peneliti adalah wawancara kepada pihak PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, yaitu kepada kepala cabang BPRS Metro Madani Bapak Joko Susilo, *Account Officer* bapak Edy Darmadi, bapak Iwan, bapak azad sudrajat, dan ibu yuni tentang peranan *Account Officer* dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo menjadi nasabah *lending*.

4. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatn peristiwa yang sudah berlalu dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁷⁰ Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan cara dokumentasi, yaitu antara lain profil PT BPRS Metro

⁶⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian*., h. 186.

⁶⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian*., h. 73.

⁷⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian*., h.82.

Madani K.c. Jatimulyo, standar operasonal (SOP) *account officer* berupa *job description*, total nasabah pembiayaan tahun 2016 sampai dengan 2019. total nasabah musyarakah 2016-2019.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilah mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Cara berfikir yang digunakan adalah berfikir induktif yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis.⁷¹

Cara berfikir induktif ini digunakan untuk membahas bagaimana peranan *Account Officer* dalam meningkatkan nasabah *lending*. Dengan demikian, bahwa teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik kualitatif induktif.

⁷¹ Ibid., h. 89

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Profil PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

1. Sejarah PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo⁷²

Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Metro Madani adalah salah satu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip Syariah Islam dalam kegiatan operasionalnya. Dasar hukum undang-undang no 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana di ubah dengan UU no 10 tahun 1998 dan terakhir UU no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah. PT BPRS Metro Madani mulai beroperasi tanggal 20 September 2005, didirikan berdasarkan akta anggaran dasar notaris Hermazulia, SH di Bandar Lampung No. 1 tanggal 03 Maret 2005 yang di sahkan oleh mentri hukum dan hak asasi manusia (HAM) No C-16872 HT 01.01. TH. 2005 tanggal 17 Juni 2005. Izin usaha dari Bank Indonesia no.7/54/KEP. GBI/2005 tanggal 08 September 2005.

Saat ini PT. BPRS Metro Madanai memiliki 4 kantor cabang satu kantor kas Metro yaitu cabang pertama di unit II Tulang Bawang sejak 14 Januari 2008, cabang ke II di Kecamatan Kalirejo Kabupaten Lampung Tengah sejak 01 November 2009, kantor kas Metro di 15A kampus kota metro sejak 01 Oktober 2011, cabang ke 3 di Daya Asri Kecamatan Tumi Jajar Kabupaten Tulang Bawang Barat sejak tanggal 23 juli 2012 serta

⁷² Dokumentasi, Profil PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, h. 1.

cabang ke empat di Jatimulyo Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan sejak 2013. serta kantor layanan kas di RSUD Muhammadiyah Metro sejak 15 Oktober 2012. NPWP Nomor 02.247.5-321.000 tanggal 27 Januari 2007.

2. Visi Dan Misi Bank BPRS Metro Madani ⁷³

Adapun visi dan misi yang di pegang teguh oleh BPRS Metro Madani yaitu:

A. Visi

Mewujudkan bank pembiayaan syariah metro madani yang berkemajuan, bermartabat dan membawa kemaslahatan umat.

B. Misi

- a. Menjalankan usaha perbankan syariah sesuai dengan Syariah Islam yang sehat dan terpercaya
- b. Memberikan pelayanan terbaik dan profesional kepada nasabah, stakeholder dan karyawan.

3. Uraian Tugas dan Stuktur Organisasi PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo⁷⁴

Uraian Tugas

1) Kepala Cabang

Sebagai penanggung jawab dalam pelaksanaannya kegiatan operasional khususnya yang berkaitan dengan pengadministrasian dan pengelolaan kegiatan operasional yang meliputi kegiatan

⁷³ *Ibid.*,

⁷⁴ Dokumentasi, *Job Description* Bank BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, h. 1.

layanan nasabah/customer service, teller/kasir, akunting/pelaporan, administrasi tabungan dan deposito, serta support pembiayaan.

2) Support Operasional

Sebagai unit kerja yang melaksanakan pencatatan transaksi, melakukan proses jurnal, pengadministrasian serta kegiatan-kegiatan yang menunjang proses tugas akuntansi dan penyampaian laporan keuangan setiap transaksi kegiatan operasional perusahaan yang menjadi tanggung jawab unit akuntansi.

3) Teller

Teller adalah petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum untuk keperluan transaksi sehari-hari, teller dilengkapi dengan uang tunai yang jumlahnya cukup untuk kebutuhan satu hari transaksi yang normal.

4) Funding/Lending Officer/Marketing

Bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan marketing penghimpunan dana-dana masyarakat dan pembiayaan sejak proses pencairan nasabah potensial, sampai dengan pembinaan hubungan dengan nasabah, serta pelunasan pembiayaan.

5) Customer Service

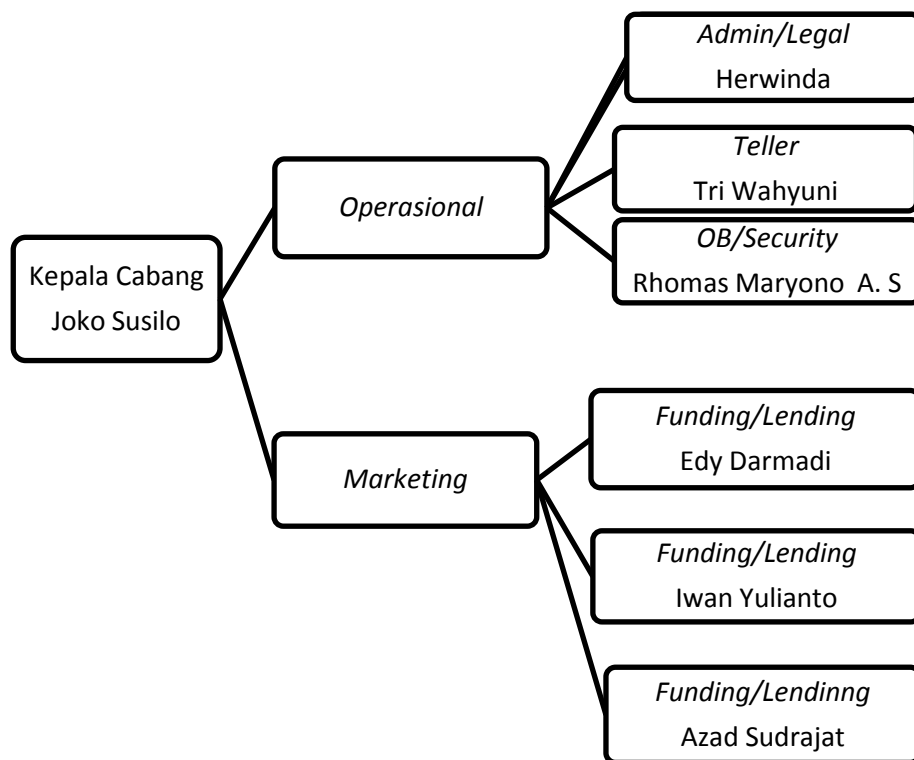
Seorang yang diberikan tugas dimana setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan.

6) Legal admin pembiayaan

Sebagai unit kerja yang bertanggung jawab atas pelaksanaan proses pembiayaan kusus dari aspek legal pembiayaan, kelengkapan dan keabsahan surat-surat jaminan nasabah dan nilai serta kondisi fisik jaminan serta administrasi, pengarsipan dan pelaporan kondisi pembiayaan yang di berikan.

4. Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo ⁷⁵

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani Kc. Jatimulyo



⁷⁵ Dokumentasi, Struktur Organisasi PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo,
h. 1

5. Produk Penyaluran Dana Berbasis Bagi Hasil PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo⁷⁶

a. *Musyarakah*

Pembiayaan ini merupakan kerja sama perkongsian modal antara nasabah dengan bank dengan prinsip bagi hasil, yang porsinya sesuai dengan proporsi penyertaan. Bank sebagai penanam modal sedangkan nasabah sebagai mitra penanam modal sekaligus mengelola langsung objek yang dibiayai tersebut.

b. *Mudharabah*

Pembiayaan modal usaha atas dasar bagi hasil sesuai kesepakatan, pembiayaan ini dapat disalurkan untuk berbagai jenis usaha antara lain : perdagangan, industri, manufaktur, pertanian serta jasa.

6. Perkembangan Produk *Lending* PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo⁷⁷

Dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga keuangan bank syariah yang salah satu tugasnya menyalurkan dananya dari aktifitas *funding* kemudian disalurkan ke masyarakat dalam bentuk aktifitas *lending* atau pembiayaan pada PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo memiliki beberapa produk pembiayaan yang berjalan yaitu meliputi murabahah, talangan haji, *musyarakah*, rahn.

Perkembangan produk pembiayaan yang dijalankan PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo dari setiap tahun bertambah. Pada

⁷⁶ Dokumentasi, Profil Bank BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, h. 3.

⁷⁷ Dokumentasi, Tabel Perkembangan produk pembiayaan PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, h. 1

tahun 2016 jumlah seluruh nasabah produk pembiayaan terdapat 105 nasabah, pada tahun 2017 perkembangan produk pembiayaan semakin meningkat menjadi 125 nasabah, dan pada tahun 2018 jumlah nasabah pembiayaan embali meningkat menjadi 139 nasabah.

Dari seluruh jumlah nasabah yang mengambil produk pembiayaan di atas yang paling diminati masyarakat adalah produk murabahah, kemudian talangan haji dan rahn. Sedangkan yang paling sedikit peminatnya adalah produk berbasis bagi hasil yaitu *musyarakah* dan *mudharabah*.

Tabel 4.1
Tabel Perkembangan Produk Pembiayaan

Tahun	Total Nasabah <i>Lending</i>
2016	105
2017	125
2018	139

Tabel 4.2
Tabel Perkembangan Produk *Musyarakah*

Tahun	Total Nasabah <i>Musyarakah</i>
2016	0
2017	1
2018	1
2019	1

Pada produk *musyarakah* dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2019 hanya terdapat 1 nasabah yang menjadi mitra PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo. Dimana nasabah produk *musyarakah* ini dari tahun ke tahun sama yaitu BMT Al Ikhsan, dan pada tahun 2019 produk *musyarakah* belum mengalami peningkatan dengan bertambahnya nasabah

baru, sedangkan untuk produk berbasis bagi hasil *mudharabah* sudah tidak dipasarkan kembali.

B. Tugas, Fungsi dan Wewenang *Account officer* PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo⁷⁸

1. Fungsi

Bertanggung jawab atas pembiayaan sejak proses pencarian nasabah potensial, sampai dengan pembinaan hubungan dengan nasabah, serta pelunasan pembiayaan *musyarakah*.

2. Tugas-tugas pokok

- a. Melakukan pencarian nasabah potensial, solitasi nasabah (kunjungan usaha), proses, proses permohonan, analisa pembiayaan *musyarakah*, survey lokasi, membuat proposal pembiayaan *musyarakah* dan mengajukan kepada komite pembiayaan *musyarakah*, mengikuti proses komite, sampai dengan kegiatan pembinaan dan pengawasan.
- b. Melakukan perencanaan dan penetapan target pasar sesuai dengan arahan atasan.
- c. Mengajukan usulan program dan strategi operasionalnya yang berhubungan dengan pengembangan kegiatan pembiayaan, serta kegiatan pemberian fasilitas lain yang mendukung kegiatan perusahaan.
- d. Mengusulkan anggaran tahunan dalam rangka pelaksanaan kegiatan sesuai lingkup bidang tugasnya.

⁷⁸ Dokumentasi, *Job Description* Bank BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo, h. 1

- e. Melaksanakan tugas dan pekerjaan lain yang masih berkaitan dengan fungsi dasar jabatannya yang belum dijabarkan dalam tugas-tugas pokok di atas.

3. Wewenang

- a. Memberikan saran, usul, pendapat, atau opini kepada manajemen berkaitan dengan kegiatan pemberian pembiayaan *musyarakah* dan fasilitas lainnya.
- b. Mengajukan usulan pengeluaran biaya-biaya untuk kepentingan kegiatan pemberian pembiayaan sesuai dengan batasan-batasan yang diberikan dalam AD/ART perusahaan dan ketentuan pengeluaran biaya yang telah digariskan manajemen.

C. Peranan *Account officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending* PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Joko Susilo di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo untuk mendukung peranan *account officer* dalam menarik minat calon nasabah pembiayaan PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo menerapkan standar operasional. standar operasional berupa berupa *job description* yang diberikan pada *account officer* menyangkut tugas dan fungsi *account officer* dalam menjalankan profesinya.⁷⁹ Standar operasional yang diterapkan *account officer* dalam menarik minat

⁷⁹ Joko, Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, Wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

masyarakat yaitu melakukan pencarian nasabah potensial, survei lokasi, melakukan perencanaan dan penetapan target pasar sesuai arahan atasan.⁸⁰

Standar operasional yang diterapkan bank telah berjalan, setiap *account officer* memiliki gaya masing-masing dalam menarik minat calon nasabah namun tetap dalam standar operasional *account officer* yang ditetapkan PT BPRS Metro Madani.⁸¹ Untuk mengontrol *account officer* berhasil atau tidak dalam menarik minat calon nasabah pembiayaan PT BPRS Metro Madani memiliki tabel monitoring yaitu berisi terealisasinya dana pembiayaan yang dilakukan *account officer*, tabel tersebut dicek oleh kepala cabang jumlah nasabah yang berhasil didapatkan dan jumlah dana yang berhasil dicairkan, kemudian diserahkan pada direksi dan hasil akan dirapatkan, dimana pada rapat koordinasi ini dilakukan 1 bulan sekali untuk mengecek hasil kerja *account officer* dan akan dibahas rencana yang akan dilakukan selanjutnya.⁸² Hasil peranan *account officer* dalam menarik minat calon nasabah *musyarakah* dari tahun 2017 sampai dengan 2019 hanya 1 nasabah.⁸³ Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Joko Susilo di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo untuk peranan belum dapat dikatakan belum optimal dikarenakan kurang pada bagian pemasaran yang dapat memberikan edukasi hingga masyarakat jatimulyo mampu memenuhi

⁸⁰ SOP PT BPRS BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, Dokumentasi, Jatimulyo 12 Februari 2019

⁸¹ Joko, Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, Wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

⁸² Joko, Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, Wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

⁸³ Joko, Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, Wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

persyaratan salah satunya membuat laporan keuangan, sehingga nasabah yang mengajukan kebanyakan ditahan karena belum memenuhi standar persyaratan.⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara ibu Tri Wahyuni dan ibu Herwinda di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo bahwa peranan *account officer* dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo baik nasabah perorangan maupun nasabah perusahaan sudah cukup baik namun nasabah yang tertarik kebanyakan belum memiliki laporan keuangan yang baik sehingga gagal dalam pengajuan produk *musyarakah*.⁸⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa PT. BPRS Metro kantor cabang Jatimulyo telah menerapkan standar operasional dalam bentuk *job description* guna meningkatkan peranan *account officer* dan menerapkan tabel monitoring yang berisikan terealisasinya dana pembiayaan guna memudahkan pihak PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo dalam mengkontrol hasil peranan *account officer*. meskipun telah menerapkan standar operasional dalam bentuk *job description account officer* masih kurang optimal dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo menjadi nasabah *lending*.

Peranan *Account officer* PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo dalam menarik minat calon nasabah pembiayaan *musyarakah* yaitu:

⁸⁴ Joko, Kepala Cabang PT BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, Wawancara, Jatimulyo 27 Mei 2019

⁸⁵ Tri Wahyuni dan ibu Herwinda, Teller dan legal PT BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, Wawancara, Jatimulyo 27 Mei 2019

Pertama, peranan *account officer* dalam menerapkan prinsip *know your customer*, berdasarkan hasil wawancara bapak Iwan selaku *account officer* dalam memahami calon nasabah yaitu dengan menanyakan kebutuhan calon nasabah, setelah mengetahui kebutuhan nasabah *Account officer* menyocokkan kebutuhan nasabah dengan pembiayaan yang cocok dengan calon nasabah.⁸⁶ Dalam memahami nasabah *Account Officer* secara pendidikan tidak dibekali ilmu kejiwaan, namun untuk memahami kejiwaan didapat dari pengalaman yang didapat *Account officer* dalam menjalani pekerjaan berhubungan langsung dengan nasabah maka *Account officer* mulai memahami kejiwaan calon nasabah.⁸⁷

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi dan bapak Iwan bahwa dalam menarik minat calon nasabah *musyarakah account officer* memberikan dorongan dengan menyampaikan keunggulan produk *musyarakah*, bahwa produk *musyarakah* bagi hasil keuntungannya sesuai dengan keuntungan yang didapat.⁸⁸ Untuk meyakinkan calon nasabah bahwa pembiayaan merupakan solusi bagi masalah keuangan yang dihadapi calon nasabah pihak *Account officer* memulai dengan memberi pertanyaan yang berujung memberikan solusi pada calon nasabah, pertanyaan mengarah pada masalah yang dihadapi dan kebutuhan apa yang sedang dihadapi lalu *Account*

⁸⁶ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

⁸⁷ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

⁸⁸ Edy Darmadi dan Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 22 April 2019

officer memberikan solusi melalui mencocokkan kebutuhan nasabah pada produk pembiayaan *musyarakah*.⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa *account officer* PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo telah melaksanakan peranan prinsip *know your customer* dengan cara melihat kondisi serta kebutuhan calon nasabah lalu menanyakan keluhan calon nasabah kemudian *account officer* mencocokkan produk *musyarakah* apakah sesuai dengan calon nasabah. *Account officer* juga memberikan dorongan dengan menyampaikan kelebihan produk *musyarakah*. Untuk lebih meyakinkan kembali calon nasabah agar minat pada produk *musyarakah* pihak *account officer* memberikan pertanyaan mengenai masalah keuangan yang sedang dihadapi calon nasabah kemudian mengarah bahwa produk *musyarakah* dapat menjadi solusi keuangan calon nasabah.

Kedua peranan *account officer* dalam memasarkan produk pembiayaan. Berdasarkan hasil wawancara bapak Iwan dan bapak Edy dalam melakukan program pemasaran menarik untuk minat calon nasabah pembiayaan *musyarakah* yang dilakukan pihak *account officer* yaitu merencanakan strategi dan program pemasaran melalui memasarkan produk dengan cara mengenalkan bank kepada masyarakat lalu memperkenalkan produk kepada calon nasabah⁹⁰, pemasaran secara *door to door*, sebar brosur,

⁸⁹ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

⁹⁰ Iwan dan Edy, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

lalu dengan cara hubungi orang-orang yang dikenal, serta pengelompokan nasabah.⁹¹

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi dalam implementasiannya pihak *Account officer* melakukan pemasaran terhadap perusahaan-perusahaan, lembaga-lembaga dan masyarakat, memperbanyak link lembaga atau perusahaan, sosialisasi serta pelatihan pada lembaga keuangan maupun masyarakat dengan memberikan edukasi terkait cara menyalurkan dana dan mendapatkan dana dan membuat laporan keuangan yang baik hal ini bertujuan agar lembaga atau masyarakat dapat memenuhi kriteria bank untuk mengambil produk *musyarakah*.⁹²

Berdasarkan hasil wawancara bapak Iwan untuk menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran terdapat tim yang mensurvei tingkat kelayakan tempat untuk dipasarkan produk, tingkat pertumbuhan ekonomi dan ketika telah di analisis oleh tim bank maka *account officer* mulai terjun kelokasi dan menawarkan produk bank kepada calon nasabah sesuai lingkungan dan kebutuhan nasabah.⁹³

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi bahwa cara *account officer* menggolongkan pasar sesuai organisasi pasar dan kondisi pasar melalui *Account officer* juga melakukan segmentasi, menetapkan segmen pasar ke lembaga-lembaga yang sudah mempunyai laporan keuangan yang jelas dan

⁹¹ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

⁹² Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 22 April 2019

⁹³ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

tetap menggunakan 5 c untuk menilai kelayakan lembaga tersebut karena tidak sembarangan bahwa nasabah yang mengajukan *musyarakah* harus nasabah yang bagus dan memiliki laporan keuangan yang baik dikarenakan produk *musyarakah* memiliki resiko tinggi bagi bank. Setelah segmentasi didapat pada suatu lembaga yang mempunyai laporan keuangan yang bagus setelah itu pihak *account officer* kembali memperluas dengan mencari link lembaga-lembaga yang terkait untuk ditawarkan produk *musyarakah*.⁹⁴

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi dan bapak Iwan cara *account officer* melihat pasar membutuhkan produk bank mulai dari kenali jumlah penduduk wilayah tersebut, jenis pekerjaan atau profesi apakah sebagai pengusaha karyawan atau petani, tingkat ekonomi, lihat dari wilayah tersebut apakah memiliki tingkat ekonomi yang baik atau tidak, hal itu mempengaruhi jenis produk yang kita tawarkan, lalu gaya hidup memahami gaya hidup antara wilayah pedesaan dengan perkotaan.⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi Ketika pihak *account officer* menawarkan produk *musyarakah* pihak masyarakat yang memiliki usaha skala mikro sangat mau namun kendala yang dihadapi *account officer* yaitu mayoritas masyarakat belum memiliki laporan keuangan adapun yang memiliki laporan keuangan namun belum jelas dan baik. Dalam menghadapi kendala ini pihak *account officer* terus memberikan edukasi kepada masyarakat cara melakukan pembukuan atau membuat laporan

⁹⁴ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 22 April 2019

⁹⁵ Edy Darmadi dan Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

keuangan usaha yang di jalani yang baik agar termotivasi dan bisa mengambil produk *musyarakah*.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara bapak Iwan dalam menghadapi berbagai tipe calon nasabah pihak *account officer* tidak patah semangat, *account officer* tetap menawarkan produk dengan melihat sifat calon nasabah dan mulai memahami calon nasabah lalu dapat memberikan pelayanan sesuai karakter calon nasabah, ketika mendapatkan calon nasabah yang tidak menanggapi maka *account officer* meninggalkan brosur produk bank jika suatu saat calon nasabah membutuhkan dan dapat menghubungi pihak bank kembali.⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iwan dalam menerapkan bauran pemasaran yang diterapkan *account officer* yaitu meliputi bauran *product* dengan cara mencocokkan calon nasabah dengan produk *musyarakah*. *place* yaitu dimana letak PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo yang sangat strategis berada di perkotaan dan dekat dengan pasar membuat kalangan masyarakat cepat tahu keberadaan PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo yang mendukung *account officer* dalam menjalankan tugasnya yaitu mengenalan produk-produk bank.⁹⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Edy Darmadi dalam menerapkan bauran *Price*, yaitu bauran harga yang diterapkan untuk produk *musyarakah* bergantung pada jumlah modal yang di ambil, bagi hasil yang

⁹⁶ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 22 April 2019

⁹⁷ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

⁹⁸ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

ditetapkan muali dari 50(ban):50(nasabah) atau 40 (bank): 60 (nasabah), *promotion*, pada proses *promotion* yang dilakukan piha *account officer* meliputi berbagai cara yaitu cara pendekatan terhadap orang yang dikenal maupun tidak dikenal kemudian menyebarkan brosur, pemasaran langsung meliputi cara *door to door*.⁹⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Edy Darmadi dalam menerapkan Bauran *People* yaitu *account officer* yang memiliki pengetahuan terhadap bank dan produk-produk yang akan ditawarkan sehingga mampu memberikan edukasi kepada calon nasabah mengenai produk pembiayaan *musyarakah* dengan mengadakan sosialisasi serta pelatihan pada lembaga keuangan maupun masyarakat dengan memberikan edukasi terkait cara menyalurkan dana dan mendapatkan dana dan membuat laporan keuangan yang baik hal ini bertujuan agar lembaga atau masyarakat dapat memenuhi kriteria ban untuk mengambil produk *musyarakah*.¹⁰⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Iwan dalam menerapkan bauran *Phisical Evidence* (Bukti Fisik) kelemahan PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo belum dilengkapinya ATM yang memudahkan kegiatan transaksi nasabah namun untuk menanggulangi hal tersbut *account officer* memberikan pelayanan yang sangat maksimal menjadikan semua nasabah

⁹⁹Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

¹⁰⁰Iedy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

prima, fasilitas bank kursi dan ruangan yang nyaman, dan menerapkan strategi jemput bola untuk mempermudah calon nasabah.¹⁰¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Edy Darmadi dalam menerapkan bauran proses mencakup persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabah, untuk menarik minat calon nasabah pihak *account officer* memberikan persyaratan yang mudah terlebih dahulu seperti ktp, kk. Setelah pihak nasabah tertarik persyaratan selanjutnya diberitahukan ketika berjalannya proses pengajuan pembiayaan di PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo namun kendala yang dihadapi *account officer* yaitu etika berjalannya pengajuan pembiayaan persyaratan yang diajukan pihak calon nasabah tidak mendukung yaitu kurang pada bagian laporan keuangan.¹⁰²

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa peranan *account officer* dalam memasarkan produk pembiayaan masyarakat yaitu: merencanakan strategi dan program pemasaran melalui memperkenalkan bank kepada masyarakat secara door to door, sebar brosur, lalu dengan cara hubungi orang-orang yang dikenal, serta pengelompokan nasabah. Melakukan implementasi program pemasaran, terhadap perusahaan-perusahaan, lembaga-lembaga dan masyarakat, memperbanyak link lembaga atau perusahaan, sosialisasi. Dalam menganalisis pasar dan lingkungan pasar pihak *account officer* telah diarahkan oleh atasan. bahwa cara *account officer* menggolongkan pasar sesuai organisasi pasar dan kondisi pasar melalui

¹⁰¹ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

¹⁰² Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

Account officer juga melakukan segmentasi, menetapkan segmen pasar ke lembaga-lembaga yang sudah mempunyai laporan keuangan yang jelas. melihat pasar membutuhkan produk bank mulai dari kenali jumlah penduduk wilayah tersebut, jenis pekerjaan atau profesi. dalam menghadapi berbagai tipe calon nasabah pihak *account officer* terus melakukan pemasaran dengan memberikan pelayanan sesuai karakter calon nasabah, ketika mendapatkan calon nasabah yang tidak menanggapi maka *account officer* meninggalkan brosur produk. *Account officer* juga menerapkan bauran pemasaran meliputi, *price, place, people, promotion, phisychal, advidence, proces*.

Ketiga, peranan *account officer* dalam mengelola penjualan, berdasarkan wawancara bapak Edy Darmadi dalam proses menarik minat calon nasabah produk pembiayaan *musyarakah Account officer* terlebih memahami produk pembiayaan yang akan ditawarkan kemudian memahami wilayah yang akan dipasarkan.¹⁰³ Dengan melihat wilayah penduduk apakah memiliki sektor ekonomi kebawah, sektor ekonomi menengah atau sektor ekonomi keatas. Setelah mengetahui sektor ekonomi masyarakat maka *Account officer* baru mencocokkan calon nasabah yang sesuai terhadap produk *musyarakah*.¹⁰⁴ Setelah mendapat arahan dari atasan *Account officer* melakukan survei kembali kelingkungan sekitar apakah potensi wilayah bagus

¹⁰³ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

¹⁰⁴ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

atau tidak untuk dipasarkan produk *musyarakah* dilihat dari kecocokan produk sesuai profesi seperti pengusaha¹⁰⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Edy darmadi proses tersebut *account officer* berhasil menarik minat calon nasabah *musyarakah* namun banyak calon nasabah yang gagal pengajuan pembiayaan *musyarakah* dikarenakan tidak semua masyarakat memakai laporan keuangan dalam menjalankan usahanya, langkah awal *account officer* memberikan edukasi kepada masyarakat untuk melakukan pembukuan atau membuat laporan keuangan pada usaha yang mereka jalani secara perlahan masyarakat umum menerapkan pembukuan usahanya namun pembukuan yang dilakukan masyarakat umum belum efektif karena dalam melakukan pembukuan pihak masyarakat tidak ada yang mengawasi berbeda dengan lembaga yang lebih bagus pembukuannya karena banyaknya pekerja pada suatu lembaga sehingga saling mengawasi. Ketika pembukuan sudah bagus selanjutnya pihak *account officer* menawarkan produk *musyarakah*.¹⁰⁶

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi yaitu Pada produk *musyarakah* pihak *account officer* lebih berhati-hati karena tidak ingin tertipu oleh nasabah yang mengada-ngada pada pembukuan atau laporan keuangan yang dibuat dengan mengatakan keuntungan sedikit sedangkan realita

¹⁰⁵ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

¹⁰⁶ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

mendapatkan keuntungan besar , untuk saat ini pihak *account officer* lebih menetapkan segmentasi produk *musyarakah* ke lembaga-lembaga.¹⁰⁷

Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi yaitu Bank memiliki peluang tersendiri terhadap calon nasabah berdasarkan agama dengan melihat intensitas daerah apakah kesadaran tentang ibadah tinggi atau tidak dengan menanyakan kepada tokoh agama masyarakat dan ketika tingkat agama bagus maka pihak *Account officer* akan lebih mudah mendekati calon nasabah dengan menawarkan produk berbasis bagi hasil dengan membawa nama syariah .¹⁰⁸

Berdasarkan hasil wawancara bapak Iwan yaitu dalam menghadapi berbagai tipe calon nasabah pihak *Account officer* tidak patah semangat, *Account officer* tetap menawarkan produk dengan melihat sifat calon nasabah dan mulai memahami calon nasabah lalu dapat memberikan pelayanan sesuai karakter calon nasabah, ketika mendapatkan calon nasabah yang tidak menanggapi maka *Account officer* meninggalkan brosur produk bank jika suatu saat calon nasabah membutuhkan dan dapat menghubungi pihak bank kembali.¹⁰⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa peranan *account officer* dalam mengelola penjualan *account officer* telah memahami produk *musyarakah* yang akan ditawarkan, kemudian memahami wilayah

¹⁰⁷ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 22 April 2019

¹⁰⁸ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

¹⁰⁹ Iwan, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

yang akan dipasarkan dengan melihat sektor ekonomi masyarakat dari sektor ekonomi kebawah, sektor ekonomi menengah, sektor ekonomi keatas kemudian melihat apakah potensi wilayah bagus untuk dipasarkan produk musyarakah. *Account officer* juga mendekati calon nasabah berdasarkan agama dengan melihat intensitas daerah apakah kesadaran tentang ibadah tinggi atau tidak kemudian menawarkan produk berbasis bagi hasil dengan membawa nama syariah.

Keempat, peranan *account officer* dalam memelihara hubungan baik dengan calon nasabah yaitu berdasarkan hasil wawancara bapak Azad Sudrajat yaitu dengan menjaga komunikasi dengan calon nasabah.¹¹⁰ Berdasarkan hasil wawancara bapak Edy Darmadi yaitu dalam menarik minat calon nasabah kendala yang ada ketika menarik minat calon nasabah musyarakah yaitu nisbah bagi hasil dimana bank tergolong nisbah bagi hasil yang mahal di banding bank bank umum lainnya namun dibanding koperasi PT BPRS Metro Madani lebih murah, *Account Officer* kembali ke cara terhadap melayani calon nasabah yaitu dengan memberikan kemudahan dalam bertransaksi melalui jemput bola ketika proses akad calon nasabah yang mengajukan pembiayaan namun ketika nasabah sibuk pihak bank dapat melakukan pengikatan dirumah calon nasabah tanpa harus nasabah datang ke bank.¹¹¹

Berdasarkan hasil wawancara bapak Azad Sudrajat dalam menjalin hubungan dengan calon nasabah maka gaya bahasa disesuaikan dengan

¹¹⁰ Azad Sudrajat, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

¹¹¹ Edy Darmadi, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 13 Februari 2019

kondisi calon nasabah, jika nasabah seorang petani maka gaya bahasa yang disampaikan tidak formal, gaya bahasa menyesuaikan kondisi calon nasabah jika nasabah humoris maka *Account officer* bersikap sebaliknya.¹¹² Dalam memelihara hubungan baik dengan calon nasabah *Account officer* melayani dengan baik dan selalu menjaga hubungan komunikasi dengan calon nasabah maupun nasabah.¹¹³

Berdasarkan hasil wawancara pihak *account officer* di atas dapat diketahui bahwa *Account officer* selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah melalui menjaga komunikasi, memberikan pelayanan yang maksimal dengan menerapkan pelayanan jemput bola ketika proses akad calon nasabah yang mengajukan pembiayaan namun ketika nasabah sibuk pihak bank dapat melakukan pengikatan dirumah calon nasabah tanpa harus nasabah datang ke bank. Kemudian *account officer* dalam menghadapi calon nasabah menggunakan gayabahasa yang sesuai dengan kondisi calon nasabah yang di hadapi.

D. Analisa Peranan *Account officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending*

Berdasarkan hasil penelitian di PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo, maka penulis menyatakan bahwa dalam meningkatkan peranan *account officer* menarik minat masyarakat Jatimulyo menjadi nasabah *lending* PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo menetapkan standar operasional

¹¹² Azad Sudrajat, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

¹¹³ Azad Sudrajat, *Account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo, wawancara, Jatimulyo 12 Februari 2019

sebagai pedoman *account officer* dalam menjalankan tugas dan fungsinya berupa *job description Account officer*. Tujuan adanya standar operasional yang ditetapkan pihak bank berharap *Account officer* dapat menjalankan tugasnya sesuai aturan bank dan dapat mencapai tujuan sesuai harapan PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo.

PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo memiliki sistem untuk mengontrol perkembangan *Account officer* dalam setiap bulannya berupa tabel monitoring yang berisi terealisasinya dana pembiayaan. Tujuan adanya tabel monitoring yang diterapkan oleh pihak PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo yaitu dapat melihat apakah *Account officer* sukses dalam menarik minat calon nasabah menjadi nasabah *lending* berupa pencapaian target yang terpenuhi atau tidak, dengan adanya tabel monitoring yang dirapatkan satu bulan sekali dapat mengevaluasi kegiatan *Account officer* serta dapat disusun rencana-rencana yang ditetapkan untuk *Account officer* agar terjadi perubahan dikedepannya. Namun pada realitanya aturan berupa *job description* yang diterapkan PT. BPRS metro madani K. C. Jatimulyo belum mampu meningkatkan minat masyarakat menjadi nasabah musyarakah.

Berikut analisis peranan *account officer* dalam menarik minat masyarakat Jatimulyo menjadi nasabah *lending*.

1. Menerapkan Prinsip *Know Your Customer*

Prinsip *know your customer* sangat penting untuk dimiliki setiap *account officer*, dengan adanya pengetahuan memahami calon nasabah

maka dengan mudah *account officer* memilih dan menarik nasabah potensial.

Dalam teori setiap *Account officer* bank memahami bahwa nasabah sebagai konsumen bank yang harus diberi dorongan agar berminat membeli produk bank.¹¹⁴ Posisi nasabah adalah sebagai partner atau sebagai mitra bisnis bank. Selaku wiraniaga maka *Account officer* dituntut untuk mampu mengenal dan memahami nasabah yaitu:¹¹⁵

- a. Harus memahami nasabah adalah tahu betul tentang kondisi para nasabah, baik secara fisik maupun mental.
- b. Harus berperan aktif untuk mendorong dan meyakinkan prospek agar berminat membeli produk bank.
- c. Harus dibekali ilmu kejiwaan, agar bisa membaca sikap dan tingkah laku prospek.

Dalam memahami kebutuhan nasabah yaitu dengan memberikan pertanyaan berdasarkan kondisi calon nasabah, memberikan pertanyaan yang mengarahkan, memberikan pertanyaan yang mengarahkan pada dampak, memberikan pertanyaan yang memberikan solusi.¹¹⁶

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *account officer* PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo telah melaksanakan peranan prinsip *know your customer* dengan cara melihat kondisi serta kebutuhan calon nasabah lalu menanyakan keluhan calon nasabah kemudian *account officer*

¹¹⁴ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account officer Bank Handal dan Tangguh*, (Bandung: Quantum Expert, 2015), h. 192

¹¹⁵ *Ibid.*, h. 193.

¹¹⁶ IBI dan LSPP, *Mengelola Bisnis Bank.*, h. 237.

mencocokkan produk musyarakah apakah sesuai dengan calon nasabah. *Account officer* juga memberikan dorongan dengan menyampaikan kelebihan produk musyarakah. Untuk lebih meyakinkan kembali calon nasabah agar minat pada produk musyarakah pihak *account officer* memberikan pertanyaan mengenai masalah keuangan yang sedang dihadapi calon nasabah kemudian mengarah bahwa produk musyarakah dapat menjadi solusi keuangan calon nasabah.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa *account officer* PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo sudah menerapkan prinsip *know your customer*, namun pada penerapan peranan masih belum optimal dimana *account officer* mengalami kesulitan dalam memahami karakter nasabah karena secara pendidikan *account officer* tidak dibekali ilmu kejiwaan untuk memahami sikap dan tingkah laku calon nasabah. Hal ini membuat *account officer* memerlukan pengalaman yang lama untuk lebih dalam memahami sikap dan tingkah calon nasabah. Hal ini membuat *account officer* lebih banyak gagal dalam menatok minat nasabah musyarakah.

Setiap calon nasabah memiliki karakter berbeda-beda oleh karena itu ilmu kejiwaan sangat penting dalam menjalankan peranannya sebagai *account officer*, dimana adanya ilmu kejiwaan yang dimiliki mampu membuat *account officer* lebih paham terhadap kondisi calon nasabah yang di hadapinya sehingga calon nasabah dapat terpikat.

2. Memasarkan Produk Pembiayaan Kepada Calon Nasabah

Salah satu peranan *account officer* yaitu memasarkan produk pembiayaan. Dari proses pemasaran yang dilakukan pihak *account officer* inilah masyarakat dapat mengenal Pt Bprs Metro Madani K.C. Jatimulyo serta produk-produk yang di tawarkan Pt Bprs Metro Madani K.C. Jatimulyo.

Dalam teori setiap karyawan bank terutama *Account officer* mampu mengenal pasar dengan baik mengatasi rintangan mencari pemecahan guna memperoleh penyelesaian.¹¹⁷ *Account officer* menghayati beberapa kegiatan dalam mengelola pemasaran yaitu menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran memilih sasaran dan terakhir merencanakan bauran pemasaran.¹¹⁸

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa peranan *account officer* dalam memasarkan produk pembiayaan masyarakat yaitu: merencanakan strategi dan program pemasaran melalui memperkenalkan bank kepada masyarakat secara door to door, sebar brosur, lalu dengan cara hubungi orang-orang yang dikenal, serta pengelompokan nasabah. Melakukan implementasi program pemasaran, terhadap perusahaan-perusahaan, lembaga-lembaga dan masyarakat, memperbanyak link lembaga atau perusahaan, sosialisasi. Dalam menganalisis pasar dan lingkungan pasar pihak *account officer* telah diarahkan oleh atasan. bahwa cara *account officer* menggolongkan pasar sesuai organisasi pasar dan kondisi pasar melalui *Account officer* juga melakukan segmentasi, menetapkan segmen pasar ke

¹¹⁷ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account officer*, h.301.

¹¹⁸ *Ibid.*, h. 320.

lembaga-lembaga yang sudah mempunyai laporan keuangan yang jelas. melihat pasar membutuhkan produk bank mulai dari kenali jumlah penduduk wilayah tersebut, jenis pekerjaan atau profesi. dalam menghadapi berbagai tipe calon nasabah pihak *account officer* terus melakukan pemasaran dengan memberikan pelayanan sesuai karakter calon nasabah, ketika mendapatkan calon nasabah yang tidak menanggapi maka *account officer* meninggalkan brosur produk. *Account officer* juga menerapkan bauran pemasaran meliputi, *price, place, people, promotion, physical, evidence, process*.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian peranan *account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo sudah menerapkan sesuai dengan teori namun terdapat beberapa peranan yang dilakukan *account officer* kurang optimal pada bagian perananan menerapkan bauran pemasaran. Pada teori untuk mendukung pemasaran terdapat tujuh bauran namun *account officer* belum efektif.

Pada bauran harga (*price*) yaitu nisbah bagi hasil pada pembiayaan *musyarakah* yang ditetapkan PT BPRS Metro Madani dianggap tergolong tinggi oleh nasabah yaitu 50(nasabah):50(bank) atau 60(nasabah):40(bank), serta nasabah merasa berat ketika hasil keuntungan di bagi dengan bank, hal ini nasabah lebih memilih produk lainnya selain *musyarakah*. Pada bagian *Physical Evidence* atau bukti fisik yaitu PT BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo belum dilengkapi dengan sistem ATM yang memberikan kemudahan pada nasabah untuk melakukan penarikan uang maupun setoran pembiayaan, ATM sebagai bukti fisik yang mampu memberikan kemudahan

terhadap nasabah. adanya ATM aktivitas transaksi nasabah dapat menjadi mudah, belum dilengkapinya fasilitas ATM hal ini yang membuat calon nasabah memilih bank yang memiliki fasilitas ATM yang memudahkannya, namun dengan adanya kendala ini pihak *account officer* menanggulangi keadaan ini dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal terhadap semua nasabah, menjadikan semua nasabah sebagai nasabah prima agar nasabah merasa puas. pelayanan yang diberikan yaitu seperti melayani nasabah melalui telepon dan bersedia melayani jemput bola terhadap nasabah yang tidak sempat datang ke bank untuk menyetor angsuran pembiayaan.

Pada bauran proses (*proses*) mencakup persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon nasabah *musyarakah* pihak bank menetapkan untuk nasabah *musyarakah* harus memiliki laporan keuangan hasil usahanya yang jelas namun pada bagian proses ini kendala yang dihadapi *account officer* yaitu persyaratan yang diajukan nasabah perorangan kurang mendukung pada bagian laporan keuangan. dengan adanya persyaratan ini membuat nasabah perorangan non lembaga atau instansi merasa berat memenuhinya dan lebih memilih produk pembiayaan lain yang tidak menyertakan laporan keuangan.

3. Mengelola Penjualan

Seorang *Account officer* pada dasarnya ujung tombak bank dalam memasarkan produknya, maka seorang *Account officer* juga harus

memiliki *salesmanship* yang memadai untuk memasarkan produk yang ditawarkan.¹¹⁹

Adapun hal yang perlu diperhatikan *account officer* dalam melakukan penjualan produk pembiayaan yaitu:¹²⁰

- a. Wilayah berdasarkan sektor ekonomi
- b. Wilayah berdasarkan profesi
- c. Wilayah berdasarkan tingkat kehidupan
- d. Wilayah berdasarkan agama

Sikap *salesmanship* sangat penting untuk dikuasi setiap *account officer*, hal ini dikarenakan *account officer* merupakan ujung tombak bank yang berhubungan langsung dengan nasabah. Oleh karena itu tertarik atau tidaknya nasabah sebagian besar dapat dipengaruhi dari cara *account officer* menguasai pengetahuan tentang perusahaan serta mampu menjelaskan mengenai produk-produk yang ada di bank.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa peranan *account officer* dalam mengelola penjualan *account officer* telah memahami produk musyarakah yang akan ditawarkan, kemudian memahami wilayah yang akan dipasarkan dengan melihat sektor ekonomi masyarakat dari sektor ekonomi kebawah, sektor ekonomi menengah, sektor ekonomi keatas kemudian melihat apakah potensi wilayah bagus untuk dipasarkan produk musyarakah. *Account officer* juga mendekati calon nasabah berdasarkan agama dengan melihat

¹¹⁹ *Ibid*, h. 42.

¹²⁰ H. Chairil M. Noor, *Panduan Account officer.*, h. 147-153.

intesitas daerah apakah kesadaran tentang ibadah tinggi atau tidak kemudian menawarkan produk berbasis bagi hasil dengan membawa nama syariah.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian di lapangan peranan *account officer* PT BPRS Metro Madani K.c. jatimulyo sikap *salesmanship* yang diterapkan *account officer* sudah sesuai dengan teori . *account officer* PT BPRS Metro Madani dalam melakukan penjualan produk pembiayaan *musyarakah* kepada masyarakat dengan cara mengenalkan bank kepada masyarakat serta menjelaskan produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan begitu *account officer* dapat memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai cara membuat laporan keuangan usaha yang dijalankan. Adanya edukasi yang diberikan *account officer* dapat melatih masyarakat pengusaha-pengusaha kecil agar mampu menyediakan laporan keuangan usaha yang baik sehingga dapat memenuhi kriteria bank untuk dapat mengambil produk *musyarakah*.

Dalam melaksanakan peranannya *account officer* melakukan survei ke lokasi guna mengetahui kondisi calon nasabah dari sektor ekonomi, sektor profesi, sektor kehidupan. Survei yang dilakukan sangat penting mendukung peranan *account officer* dalam memilih calon nasabah yang potensial untuk produk *musyarakah*.

4. Memelihara Hubungan Baik Dengan Calon Nasabah

Yang dimaksud *Account officer* dalam menjaga hubungan baik dengan nasabah dimana *Account officer* lebih cenderung menjaga

hubungan jangka panjang dengan nasabah. Jika kepentingan ini menjadi dasar *Account officer* maka kemungkinan akan terjadi dua hal yaitu:¹²¹

- a. Hubungan baik dengan nasabah, misalnya nasabah akan menjadi pelanggan tetap atau menjadi loyal terhadap pemakaian produk bank.
- b. Keuntungan lain yang akan terjadi pada masa yang akan datang kemungkinan calon nasabah akan datang kembali.

Adapun kiat-kiat dalam menjalin hubungan dengan nasabah antara lain:¹²²

- a. Ketahuilah hobi, kebiasaan dan kesenangannya
- b. Tunjukkan rasa hormat
- c. Ingat pengalaman dan kebutuhannya
- d. Gunakan bahasanya
- e. Pancing nasabah agar tidak tertutup
- f. Jadikanlah nasabah orang yang penting
- g. Atasi keberatannya dengan tepat
- h. Jaga harga diri nasabah

Berdasarkan hasil wawancara pihak *account officer* di atas dapat diketahui bahwa *Account officer* selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah melalui menjaga komunikasi, memberikan pelayanan yang maksimal dengan menerapkan pelayanan jemput bola ketika proses akad calon nasabah yang mengajukan pembiayaan namun ketika nasabah sibuk pihak bank dapat

¹²¹ IBI dan LSPP, *Mengelola kualitas layanan perbankan*, (Jakarta Pusat: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 205.

¹²² M. Noor Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 202.

melakukan pengikatan dirumah calon nasabah tanpa harus nasabah datang ke bank. Kemudian *account officer* dalam menghadapi calon nasabah menggunakan gayabahasa yang sesuai dengan kondisi calon nasabah yang di hadapi.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian peranan *account officer* PT BPRS Metro Madani K.C. jatimulyo sudah sesuai dengan teori. *Account officer* selalu menjaga komunikasi dengan calon nasabah maupun nasabah, hal ini dapat membuat *account officer* merasa lebih dekat dengan calon nasabah maupun nasabah, hal ini *account officer* berharap dapat menarik simpati nasabah untuk mengambil pembiayaan atau melakukan pembiayaan kembali. Komunikasi yang terjaga akan membuat *account officer* mengetahui lebih dalam kembali mengenai keadaan nasabah sehingga *account officer* mampu menangani kebutuhan calon nasabah. Dalam berhubungan dengan calon nasabah gaya bahasa dan pelayanan yang diberikan sangat penting hal ini dapat mempengaruhi pemikiran calon nasabah. Banyak orang yang canggung ketika ingin menyampaikan masalah yang sedang dihadapi, oleh karena itu cara *account officer* dalam menarik minat calon nasabah ini sangat efektif dengan bersikap fleksibel mengikuti alur pemikiran calon nasabah. Dengan menggunakan gaya bahasa sesuai kondisi calon nasabah, bersikap ramah dalam melayani calon nasabah maka calon nasabah akan merasa lebih dekat dengan *account officer* dan merasa lebih leluasa untuk menceritakan keluhan-keluhan yang dihadapinya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan di PT BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo maka dapat disimpulkan bahwa peranan *account officer* dalam menarik minat masyarakat jatimulyo menjadi nasabah *lending* khususnya *musyarakah* meliputi empat cara sesuai dengan teori yaitu menerapkan prinsip *know your customer*, dalam mengenal dan memahami nasabah *account officer* aktif dalam menanyakan kebutuhan nasabah agar dapat mengetahui kondisi calon nasabah dan mampu mencocokkan kebutuhan calon nasabah serta memberikan dorongan menyampaikan keunggulan produk *musyarakah*, bahwa produk *musyarakah* bagi hasil keuntungannya sesuai dengan keuntungan yang didapat kepada calon nasabah agar tertarik mengambil pembiayaan *musyarakah* yang ditawarkan.

Peranan yang kedua, yaitu *account officer* menerapkan pemasaran produk pembiayaan kepada calon nasabah yaitu merencanakan strategi pemasaran yang didalamnya meliputi: implementasi strategi pemasaran, menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran serta melakukan bauran pemasaran. Peranan Ketiga, mengelola penjualan. Dalam mengelola penjualan *account officer* merencanakan strategi pemasaran meliputi mengenalkan bank kepada calon nasabah, mengenalkan produk bank, melakukan promosi dengan

cara *door to door*, menyebar brosur, mendekati orang yang dikenal dan mensurvei lokasi pasar sebelum melakukan pemasaran produk pembiayaan dengan melihat sektor ekonomi, sektor profesi, sektor tingkat kehidupan.

Peranan Keempat, *account officer* menerapkan prinsip bahwa *account officer* selalu menjaga hubungan baik dengan calon nasabah maupun nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi, menggunakan gaya bahasa ketika menanggapi keluhan-keluhan nasabah dengan menyesuaikan keadaan calon nasabah. namun dari beberapa peranan yang telah dilakukan oleh *account officer* masih belum dikatakan optimal dalam memasarkan produk *musyarakah* terdapat pada bagian kurang efektifnya peranan *account officer* bagaian memberikan edukasi mengenai pembuatan laporan keuangan, penerapan bauran harga, dimana harga bagi hasil di anggap tergolong tinggi oleh nasabah, Pada bagian bauran *Phisical Evidence* atau bukti fisik yaitu PT BPRS Metro Madani K.c. jatimulyo belum dilengkapi dengan sistem ATM yang memberikan kemudahan pada nasabah. Pada bagian bauran proses (*proces*) yang mencakup persyaratan-persyaratan yang harus di lengkapi calon nasabah pembiayaan *musyarakah* pihak *Account officer* mengalami kendala yang dihadapi yaitu banyak calon nasabah yang minat pada produk *musyarakah* yang tergolong nasabah perorangan namun kendala yang dihadapi nasabah perorangan belum mampu membuat pembukuan atau laporan keuangan secara efektif.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti dapat memberikan saran yaitu kepada pihak PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

1. Membekali ilmu ilmu kejiwaan kepada *account officer* pada saat proses training atau pelatihan kerja *account officer* sehingga *account officer* dapat lebih memahami karakteristik calon nasabah sehingga dapat tepat memilih nasabah potensial, dengan begitu *account officer* dapat mampu menyesuaikan sikap saat memasarkan produk pembiayaan serta dapat memberikan pelayanan yang pas pada setiap calon nasabah guna menarik minat calon nasabah.
2. *Account officer* harus lebih aktif kembali mengadakan penyuluhan atau mengisi sosialisasi sebuah acara-acara guna memberikan edukasi kepada seluruh lapisan masyarakat cara membuat laporan keuangan yang baik pada suatu usaha yang sedang dijalani sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat memahami dan memenuhi syarat mengambil produk pembiayaan *musyarakah* di PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo.
3. Membuat strategi-strategi baru meski dengan harga bagi hasil yang ditawarkan dipandang tinggi oleh calon nasabah namun *account officer* harus mampu meyakinkan dan memberikan dorongan kepada calon nasabah potensial untuk mengambil produk *musyarakah*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Andriansyah Rizal, Lisa, “Pencegahan Tindak Pidana Pencucian Uang Melalui Mitigasi Risiko Pada Bank Muamalat Cabang Medan Balaikota”), (ttp.: tnp.), *Usu Law Journal*, Vol. 5. No. 4 (Oktober 2017): 179.
- Al Arif, M. Noor Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- , *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Ascarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. edisi. ke-1. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- Ayu Margaretha, Vivi. “Upaya BRI Syariah Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Pada Pembiayaan Umroh Di BRI Syariah KCP Metro Lampung”. Perpustakaan IAIN Metro: 2017.
- J. Moleong, Lexy. *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014.
- Kasiram, Moh. *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Yogyakarta: UN-Maliki Press, 2008.
- Kasmir. *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- , *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cet. Ke-6. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- , *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008.
- LSSP, IBI. *Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syraiah*. Jakarta Pusat: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- LSPP, IBI. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta Pusat: PT Grmaedia Pustaka Utama, 2014.
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2005.
- Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP YKPN, 2005.
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*, Cet. Ke-7. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014

- M. Noor, H. Chairil. *Panduan Account Officer Bank Handal dan Tangguh*. Bandung: Quantum Expert, 2015.
- Rivai, Veithzal. *Islamic Financial Manajement Teori, Konsep, Dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa*. Jakarta: Raja Grafindo, 2008.
- Rivai, Veithzal, Arifin, Arvian *Islamic Banking Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Akasara, 2010.
- Riyadi, Fuad, Wahyuni, Sri. “ Peran Account Officer di Lembaga Keuangan Syariah (Study Kasus di BMT Mandiri Syariah Jepara)”, (ttp.: tnp.), *MALIA*, Vol. 1 (2017): 42.
- Syafii Antonio, Muhammad. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Cet. ke-1. Jakarta: Gemma Insani Pers, 2001.
- Syakir, Ahmad. “peran Account Officer dan perkembangan pembiayaan pada perkembangan syariah”. *MADANIA*. Medan: fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Sumatera Utara. Vol. XVIII, No. 1, Juni (2014): 93-94.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sujanto, Agus. *Psikologi Umum*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Susanti, Desi “Strategi Bank Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KCP Natar”. Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro: 2015.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: CV Setia, 2013.
- , *Pedoman penulisan karya ilmiah*. Jakarta: Rajawali pers, 2016.
- Winarsih, Dewi, (*Upaya Bank BRI Syariah Kcp Metro Dalam Meningkatkan Minat Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah*), Perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro: 2014.

OUTLINE

PERANAN *ACCOUNT OFFICER* DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI NASABAH *LENDING* PT. BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

ORISINILITAS PENELITIAN

MOTTO

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. *Account Officer* dan Nasabah
 - 1. *Account Officer*
 - a. Pengertian *Account Officer*
 - b. Peranan *Account Officer* Secara Umum
 - c. Peranan *Account Officer* Menarik Minat Calon Nasabah

2. Nasabah
 - a. Pengertian Nasabah
 - b. Macam-macam Nasabah
- B. Pembiayaan (*Lending*)
 1. Pengertian Pembiayaan (*Lending*)
 2. Macam-macam Pembiayaan(*Lending*)

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB IV TEMUAN HASIL PENELITIAN

- A. Profil PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo
- B. Tugas, Fungsi dan Wewenang *Account officer* PT. BPRS Metro Madani K.C. Jatimulyo
- C. Pembahasan *Account Officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending* PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo
- D. Analisa Peranan *Account Officer* Dalam Menarik Minat Masyarakat Jatimulyo Menjadi Nasabah *Lending* PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

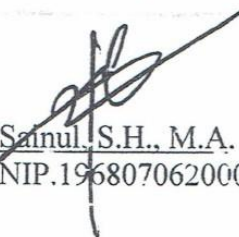
Metro, Februari 2019

Penulis



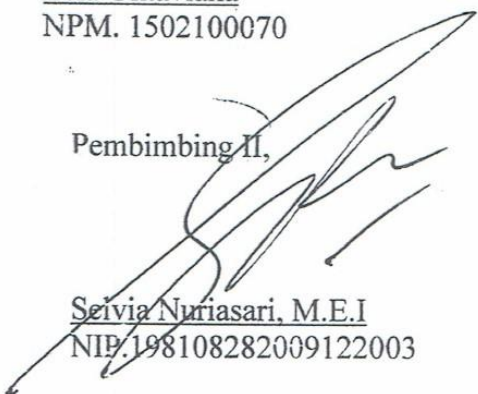
Lela Oktaviana
NPM. 1502100070

Pembimbing I,



Sainul S.H., M.A.
NIP.19680706200001003

Pembimbing II,



Seivia Nuriasari, M.E.I
NIP.198108282009122003

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PERANAN *ACCOUNT OFFICER* DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI NASABAH *LENDING* PT. BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO

A. Pedoman wawancara kepada kepala cabang PT. BPRS Metro Madani K.c.

Jatimulyo

1. Bagaimana dan apa standar operasional yang ditetapkan oleh bank untuk *account officer* dalam mendukung peranan *account officer* menarik minat calon nasabah?
2. Bagaimana pelaksanaan standar operasional sebagai pedoman *account officer* berkaitan dengan menarik minat calon nasabah berjalan atau tidak?
3. Bagaimana cara bank mengontrol *account officer* agar mampu menarik minat calon nasabah sehingga pertumbuhan nasabah pembiayaan semakin banyak?
4. Bagaimana hasil peranan *account officer* dalam menarik minat calon nasabah?

B. Pedoman wawancara kepada *account officer* PT. BPRS Metro Madani K.c. Jatimulyo

1. Bagaiamanakah peranan *account officer* dalam menarik minat calon nasabah pembiayaan?
2. Bagaimana cara *account officer* menjalankan prinsip *know your customer* dalam berhubungan dengan calon nasabah?
 - a. Bagaimana cara *account officer* memahami calon nasabah?

- b. Bagaimana bentuk dorongan yang diberikan *account officer* kepada calon nasabah untuk berminat membeli produk bank?
 - c. Bagaimana bekal ilmu kejiwaan yang dimiliki *account officer* agar bisa membaca sikap dan tingkah laku calon nasabah?
 - d. Bagaimana menyampaikan *lending* sebagai solusi calon nasabah?
3. Bagaimana cara *Account officer* memasarkan produk pembiayaan kepada calon nasabah?
- a. Bagaimana *account officer* merencanakan strategi dan program pemasaran?
 - b. Bagaimana implementasi strategi dan program pemasaran yang dilakukan *account officer*?
 - c. Bagaimana *account officer* menganalisis pasar dan lingkungan pemasaran?
 - d. Bagaimana cara *account officer* menggolongkan pasar sesuai organisasi pasar dan kondisi pasar?
 - e. Bagaimana cara *account officer* dapat melihat saat pasar membutuhkan produk bank?
 - f. Bagaimana *account officer* dalam menghadapi berbagai tipe perilaku manusia sebagai calon nasabah?
 - g. Bagaimana dan apa saja bauran pemasaran yang diterapkan oleh *account officer* dalam menarik minat calon nasabah?

4. Bagaimana cara *account officer* dalam mengelola penjualan guna menarik minat calon nasabah?
 - a. Bagaimana sikap salesmanship *account officer* berjalan atau tidak dan berupa tindakan apa saja?
 - b. pengetahuan *account officer* tentang perusahaan, produk atau jasa yang ditawarkan kepada calon nasabah?
 - c. Bagaimana cara *account officer* mengamati secara mendalam calon nasabah berdasarkan sektor ekonomi sehingga dapat melakukan penjualan produk pembiayaan secara spesifik?
 - d. Bagaimana cara *account officer* mengamati secara mendalam calon nasabah berdasarkan profesi calon nasabah sehingga dapat melakukan penjualan produk pembiayaan secara spesifik?
 - e. Bagaimana cara *account officer* mengamati secara mendalam calon nasabah berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat sehingga dapat melakukan penjualan produk pembiayaan secara spesifik?
 - f. Bagaimana cara *account officer* mengamati secara mendalam calon nasabah berdasarkan agama sehingga dapat melakukan penjualan produk pembiayaan secara spesifik?
5. Bagaimana cara *account officer* dalam memelihara hubungan baik dengan calon nasabah?
 - a. Bagaimana cara *account officer* mengambil hati calon nasabah?
 - b. Bagaimana menunjukkan rasa hormat kepada calon nasabah?

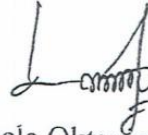
- c. Bagaimana *account officer* dalam mendapatkan hati calon nasabah melalui pengalaman dan kebutuhan calon nasabah?
- d. Bagaimana gaya bahasa yang digunakan *account officer* dalam menghadapi berbagai macam calon nasabah?
- e. Bagaimana cara *account officer* menjadikan nasabah sebagai orang yang penting?
- f. Bagaimana *account officer* membujuk atas keberatannya calon nasabah dengan tepat?

C. Dokumentasi

- 1. Profil PT. BPRS Metro Madani Kantor Cabang Jatimulyo
- 2. Standar Operasional *Account Officer*
- 3. Total nasabah *lending* dan *funding* per 31 september, Oktober, November tahun 2018.

Metro,...Februari 2019

Peneliti



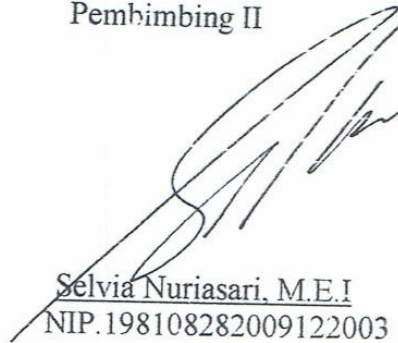
Lela Oktaviana
NPM.1502100070

Pembimbing I



Sainul S.H., M.A.
NIP.19680706200001003

Pembimbing II



Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP.198108282009122003



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



07 Jumadil Akhir 1440 H
Jatimulyo, -----
12 Februari 2019 M

Nomor: 037/07/BPRS-MM/KC/JTM/II/2019
Lamp. : -
Perihal: Izin Tempat Riset

Kepada Yth,
Dekan Institut Agama Islam Negri Metro
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Kota Metro

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Teriring salam dan doa, semoga kita dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga serta ummatnya.

Memperhatikan surat Saudara Nomor 0495/In.28/D.1/TL.01/02/2019 tanggal 07 Februari 2019 perihal Permohonan Izin Riset **an. LELA OKTAVIANA(NPM. 1502100079)**, pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan riset di PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo.

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan riset, PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo tidak menyediakan akomodasi apapun dan mengharapkan agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

PT. BPR Syariah Metro Madani
Kantor Cabang Jatimulyo

Joko Susilo
Kepala Cabang

Catatan :

Fotocopy KTP dan Kartu Mahasiswa diserahkan pada saat penelitian pertama dimulai



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

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

SURAT TUGAS

Nomor: 0495/In.28/D.1/TL.01/02/2019

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

Nama : **LELA OKTAVIANA**
NPM : 1502100070
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERANAN ACCOUNT OFFICER DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI NASABAH LENDING PT. BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 07 Februari 2019

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 0014



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

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

Nomor : 0496/In.28/D.1/TL.00/02/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Kepala PT. BPR Syari'ah Metro
Madani KC Jatimulyo
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0495/In.28/D.1/TL.01/02/2019,
tanggal 07 Februari 2019 atas nama saudara:

Nama : **LELA OKTAVIANA**
NPM : 1502100070
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT. BPR Syari'ah Metro Madani KC Jatimulyo, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERANAN ACCOUNT OFFICER DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT JATIMULYO MENJADI NASABAH LENDING PT. BPRS METRO MADANI KANTOR CABANG JATIMULYO".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 07 Februari 2019
Wakil Dekan I,

Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 0014



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



07 Jumadil Akhir 1440 H
Jatimulyo, -----
12 Februari 2019 M

Nomor : 032/07/BPRS-MM/KC/JTM/II/2019
Lamp. : -
Perihal : Izin Tempat Riset

**Kepada Yth,
Dekan Institut Agama Islam Negri Metro
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Kota Metro**

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Teriring salam dan doa, semoga kita dalam menjalankan aktivitas sehari-hari senantiasa dalam lindungan dan bimbingan ALLAH SWT. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sahabat, keluarga serta ummatnya.

Memperhatikan surat Saudara Nomor 0495/In.28/D.1/TL.01/02/2019 tanggal 07 Februari 2019 perihal Permohonan Izin Riset **an. LELA OKTAVIANA(NPM. 1502100070)**, pada prinsipnya PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo tidak berkeberatan dan bersedia memberikan kesempatan untuk dapat melaksanakan riset di PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo.

Perlu kami sampaikan selama pelaksanaan riset, PT. BPR Syariah Metro Madani KC Jatimulyo tidak menyediakan akomodasi apapun dan mengharapkan agar mahasiswa dapat mematuhi tata tertib/peraturan yang berlaku serta dapat menjaga rahasia Perusahaan.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT. BPR Syariah Metro Madani
Kantor Cabang Jatimulyo

Joko Susilo
Kepala Cabang

Catatan :

Fotocopy KTP dan Kartu Mahasiswa diserahkan pada saat penelitian pertama dimulai

Form Kontrol Bimbingan Dosen

Nama: Lela Oktaviana

Npm: 1502100070

No Hp: 085809971490

Email: lelaoktafia29.mk@gmail.com

Jurusan: S1 Perbankan Syariah

Pembimbing Akademik (2): Selvia Nuriasari, M.E.I

No/smt	Tanggal Konsultasi	Materi Konsultasi	Ttd Dosen PA
1.	Senin 8/1/15	selvia	
2.	23/15	pen. teor.	
3.	20/15	AEC bab I-III tent. APB	
4.	30/15	AEC = APB ke PB T	
5.	24 15/23	pen. analisis.	
6.	Senin 15	pen. isi / analisis.	
7.	24/15	pen. Analisis	
8.	8/5	AEC Skripsi	



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 8/ 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	13-Mei-2019	✓	Bab IV-V Ade.	
	13-Mei-2019	✓	SKRIPSI Ade Untuk input di Mewangah ahlu. Inggris perantara	

Dosen Pembimbing I,

Sainul, SH, MA.
NIP. 196807062000031003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 8/ 2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 8/13 I	✓	Ac Gas I - VI Graf mottu, Abstraksi, kata pengantar; peran Gas.	
	Rabu 8/14	✓	Ac skripsi	

Dosen Pembimbing II,

Selvia Nuriyasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 1/15 / 4	-	Pen. Cs; K, fokus	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Lela Oktaviana**
NPM : 1502100070

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 PBS
Semester / TA : VIII / 2018-2019

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 19/2/19		Senin Lamp fak artik uang canggih uang?	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Selvia Nuriyasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 8/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	31 - Januari - 2019	✓	LB. Sebutkan judul AD & Bentuk BPRS Metro Metro Revisi yang diberikan: Ditentukan untuk satu	
	01/2019 02	✓	AD Ace gunakan untuk mengalir data-	

Dosen Pembimbing I

Sainul, S.H., M.A.
NIP. 196807062000031003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 8/2019

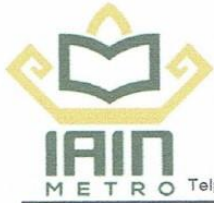
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Revisi 30/19 / 1	~	Revisi NPM	

Dosen Pembimbing II

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 8/2019

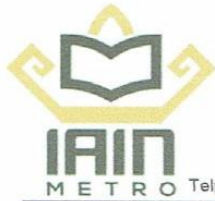
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	sen 20 / 08 / 19		halaman BAB I - III tentang APD	

Dosen Pembimbing II,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP.198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 8/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Revisi 23 / 19 / 1	✓	Revisi ter. = per AG.	

Dosen Pembimbing II,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP.198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 7 / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	proposal untuk diseminarkan	

Dosen Pembimbing I,

Sainul, SH, M.A
NIP. 19680706200003 1004

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 7 / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	11 - DESEMBER 2018	✓	1. Tulisan Fokus pada Bank (Bank Manaj Perusahaan). 2. LB. = Peran AO = Tugas & Fungsi AO 3. UT = Bab II A. AO & Nasabah 1. Pengertian & Peran AO 2. Pengertian & Macam-macam Nasabah B. MINAT. 1. Pengertian 2. Macam-macam 3. Tahapan 4. Faktor-faktor minat (the 1)	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa Ybs,

Sainul, SH, M.A
NIP. 19680706200003 1004

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

METRO Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 7 / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	11/2018 12	✓	hal 2. @. Pembayaan / lending 1. Perfertis 2. Maem 3. Taka Casa. → Bab II. Sumber Premier dan Interview masukkas bagian Marketing / HO. → Daftar pustaka. sesuaikan dgn buku pedoman SKRIPSI.	 

Dosen Pembimbing I,


Sainul, SH, M.A
NIP. 19680706200003 1004

Mahasiswa Ybs,


Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 7 / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	11 / 2018 12			

Dosen Pembimbing II,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Lela Oktaviana
NPM : 1502100070

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 PBS
Semester/Skripsi : 7 / 2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat 7/2/18		teori per. teori nerak } buku. P-forme	

Dosen Pembimbing II,

Selvia Nuriasari, M.E.I
NIP. 19810828 200912 2 003

Mahasiswa Ybs,

Lela Oktaviana
NPM. 1502100070

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

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

Telp: (0725) 41507, Faksimili: (0725)47296.

Website: www.metrouniv.ac.id, E-mail: iaainmetro@metrouniv.ac.id

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
MAHASISWA IAIN METRO**

Nama : LELA OKTAVIANA
NPM : 1502100070
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing		Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		1	2		
	Kam 8/10 11			from paper = - LBM → orok ↳ datan m C leat m 36 - putyuan puchet ↳ m ant or act ① - land for	 16 2 mark my AD

Mahasiswa Ybs,

LELA OKTAVIANA
NPM. 1502100070

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-286/ln.28/S/OT.01/05/2019

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

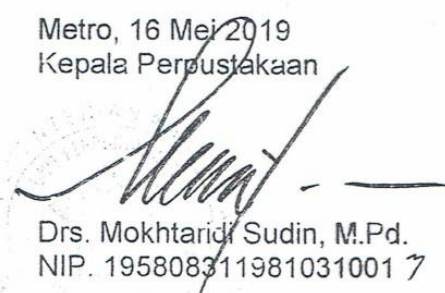
Nama : LELA OKTAVIANA
NPM : 1502100070
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / S1 Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502100070.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 16 Mei 2019
Kepala Perpustakaan



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

FOTO DOKUMENTASI

**Foto 1. Wawancara dengan Bapak Joko Susilo,
Kepala Cabang PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**



**Foto 2. Wawancara dengan Bapak Edi Darmadi,
Selaku Account Officer PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**



**Foto 3. Wawancara dengan Bapak Ajat Sudrajat dan Bapak Iwan,
Selaku *Account Officer* PT. BPRS Metro Madani KC Jatimulyo**

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Lela Oktaviana, lahir pada tanggal 23 Oktober 1996 di Desa Rejomulyo 26 D Kecamatan Metro Selatan Kota Metro, dari pasangan Bapak Bojan dan Ibu Kusmini. Penulis merupakan anak kelima dari lima bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan formalnya di SD Negeri 3 Metro Selatan, lulus pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pada SMP Negeri 5 Metro Selatan, lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pada SMA Negeri 6 Metro, lulus pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan pada Program Studi S1 Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro dimulai pada Semester I Tahun Ajaran 2015/2016, yang kemudian pada Tahun 2017, STAIN Jurai Siwo Metro beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.