

TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO iB
DI BRI SYARIAH KCP METRO

Oleh :
ASTUTI
NPM. 14122538



PROGRAM : DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1438 H / 2017 M

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO iB
DI BRI SYARIAH KCP METRO**

Oleh :
ASTUTI
NPM. 14122538

Pembimbing I : Dr. Tobibatussadah, M.Ag

PROGRAM : DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1438 H / 2017 M

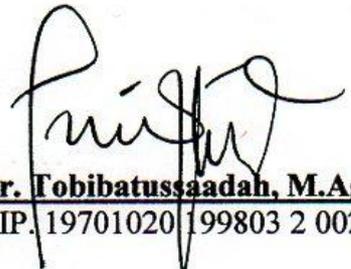
PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO iB
DI BRI SYARIAH KCP METRO

Nama : ASTUTI
NPM : 14122538
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : D-III Perbankan Syariah

Telah kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang muṇaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 19 Juni 2017
Pembimbing



Dr. Fobibatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020199803 2 002



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

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No: B-65/In.28/FEBI/PP.00.9/..07../2017

Tugas Akhir dengan judul: STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO iB DI BRI SYARIAH KCP METRO, disusun oleh Nama: ASTUTI, NPM : 14122538, Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah, telah diujikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/10 Juli 2017.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua/Moderator : Dr. Tobibatussaadah, M.Ag

Penguji I : Nizaruddin, S.Ag, MH.

Penguji II : Suci Hayati, S.Ag, MSI.

Sekretaris : Aisyah Sunarwan, M.Pd.

(Handwritten signatures and a blue stamp of the examination panel)
PANITIA MUNAQOSAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
IAIN
METRO



Dekan,

(Handwritten signature)
Dr. Naniya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO iB DI BRI SYARIAH KCP METRO

OLEH:

ASTUTI

NPM. 14122538

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha perbankan dituntut mampu membantu membaca segmen-segmen pasar dan membuat perencanaan-perencanaan strategi yang tepat akan memberikan dampak yang positif bagi berdirinya sebuah usaha strategi dalam mempertahankan usaha untuk jangka waktu tertentu. Setiap bisnis atau usaha dituntut untuk menemukan strategi-strategi yang tepat, aktif dan rasional untuk tujuan perusahaan, mengimplementasikan misinya dan unggul dalam menghadapi persaingan kompetitif dibandingkan dengan strategi-strategi pesaing. BRI Syariah mempunyai strategi-strategi untuk tetap bisa mengeksistensikan keberadaannya dan tetap bisa membuat nasabah-nasabahnya bertahan untuk tetap memakai dan memilih layanan pembiayaan mikro yang diberikan BRI Syariah.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi mempertahankan nasabah pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Metro dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpul data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan langsung dengan bagian Account Officer Mikro (AOM) BRI Syariah KCP Metro. Dari data-data tersebut penelitian dianalisa secara kualitatif dengan berfikir induktif.

Hasil penelitian di BRI Syariah KCP Metro menunjukkan bahwa strategi mempertahankan nasabah pembiayaan mikro tidak berbeda dengan strategi-strategi konsumen pada umumnya yaitu dengan strategi pelayanan prima, strategi pasar berkesinambungan, strategi menangani keluhan nasabah, strategi menawarkan produk menarik dan strategi foloup nasabah. Namun dalam pelaksanaan dan pengembangan ada beberapa strategi yang berbeda. Bisa dikatakan strategi yang dilakukan BRI Syariah KCP metro cukup berhasil dengan melihat data peningkatan nasabah pembiayaan mikro, dari sistem pelayanan yang mengedepankan prinsip syariah dengan tidak menyalurkan pembiayaan terhadap usaha yang dilarang, perkembangan bank yang semakin maju.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ASTUTI
NPM : 14122538
Jurusan : Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Juni 2017

Yang menyatakan,



Astuti
NPM. 14122538

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya allah adalah maha penyayang kepadamu”

(QS. An-Nisa':29)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini untuk :

1. Ayahanda tercinta Sukadi dan Ibunda tercinta Watini, yang dengan penuh cinta dan kasih sayangnya yang telah membesarkanku dengan penuh kesabaran, mendidik dan selalu mendoakanku demi keberhasilanku.
2. Kakakku tercinta Arini dan Andriyanto adikku tercinta Aldi Irawan dan Athifa Maulidya yang selama ini selalu memberiku cinta, kasih sayang, semangat, dukungan, bantuan baik material maupun non material, serta doa yang tak pernah putus.
3. Dr. Tobibatussadah, M.Ag., M.H selaku Pembimbing 1, yang selalu sabar dalam memberikan pengarahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Sahabat seperjuanganku (Intan, Yuyun, Rosela ,Renita, Rifka, Iffan, Ardi, Raymond, Febri, Dina, Rosita, Lisa, Elsa, Dini, Zulvikar, Udi) yang telah mewarnai hari-hariku, saling menyemangati dan mengajari, dan saling berbagi senang maupun sedih..
5. Teman-teman seperjuangan D3 Perbankan Syariah 2014 yang sekaligus menjadi keluarga kedua ku, tempat berbagi keluh kesah dan pemberi semangat dalam proses penulisan Tugas Akhir ini.
6. Almamater IAIN Metro.

KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Amd.

Peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak selama Penyelesaian Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

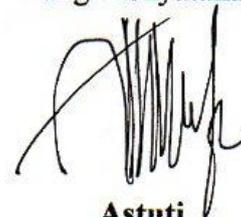
1. Ibu Prof. Dr. Hj Enizar, M.Ag. selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.
3. Ibu Zumaroh, M.E.Sy. selaku Ketua Jurusan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah IAIN Metro.
4. Dr. Tobibatussadah, M.Ag., M.H selaku Pembimbing 1, yang selalu sabar dalam memberikan pengarahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Suci Hayati, M.S.I selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Nizaruddin, S.Ag., M.Pd selaku Penguji 1.
7. Bapak Zulhaidir, selaku Pimpinan Cabang di PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Metro.
8. Bapak Teddy Amal Satia, selaku Praktisi Pendamping di PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Metro.

9. Bapak dan Ibu/Karyawan di PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Metro.
10. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan Institut Agama Islam Negeri Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas guna menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Kepada kedua orangtua saya, Bapak Sukadi dan Ibu Watini yang senantiasa mencintai, menyayangi, mendidik, mendoakan dan mendukung untuk keberhasilan saya.
12. Kakakku tercinta Arini dan Andriyanto, Adikku Aldi Irawan dan Athifa Maulidya yang mengharapakan keberhasilan saya.
13. Terima kasih untuk Teman-teman di IAIN Metro se-angkatan 2014 Jurusan Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah yang selalu bersama selama 3 tahun ini. Dan untuk sahabat-sahabatku yang telah memberi semangat: Intan, Yuyun, Renita, Rosela, Rifka, Rosita, Dina, Elsa, Dini, Iffan, Ardi, Rian, Febri, Udi Bahari, Desti Amanti, Raymond Fadli, Udi, Zulvikar serta Almamaterku tercinta.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan penelitian ini, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran positif yang dapat membantu hasil penelitian ini. Akhir kata penulis selalu berharap semoga hasil-hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu perbankan syariah.

Metro, Juni 2017

Yang Menyatakan,



Astuti
NPM. 14122538

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ORISINALITAS PENELITIAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Pertanyaan Penelitian..... | 6 |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 6 |
| D. Metode Penelitian | 7 |
| 1. Jenis Penelitian..... | 7 |
| 2. Sifat Penelitian | 7 |
| 3. Sumber Data..... | 8 |
| 4. Teknik Pengumpulan Data..... | 8 |
| 5. Teknik Analisa Data..... | 10 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|-------------------------------------|----|
| A. Pembiayaan..... | 11 |
| 1. Pengertian Pembiayaan..... | 11 |
| 2. Fungsi Pembiayaan..... | 14 |
| 3. Manfaat Pembiayaan..... | 14 |
| 4. Jangka waktu Pembiayaan..... | 16 |
| 5. Fungsi Akad atau Perjanjian..... | 16 |
| 6. Strategi Pemasaran Bank..... | 18 |
| 7. Resiko Pembiayaan..... | 23 |
| B. Pembiayaan Mikro..... | 24 |
| C. Murabahah..... | 25 |
| 1. Pengertian Murabahah..... | 25 |
| 2. Jenis-jenis Murabahah..... | 26 |
| 3. Skema Murabahah..... | 26 |
| 4. Rukun Murabahah..... | 27 |
| 5. Syarat-syarat Murabahah..... | 27 |

BAB III PEMBAHASAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| A. Deskripsi Penelitian..... | 29 |
| 1. Sejarah BRI Syariah KCP Metro..... | 29 |
| 2. Visi dan Misi..... | 30 |
| 3. Logo Bri Syariah..... | 31 |
| 4. Struktur Organisasi..... | 32 |
| 5. Produk-Produk BRI Syariah..... | 33 |
| B. Hasil Penelitian..... | 36 |
| 1. Sistem Pembiayaan Mikro..... | 37 |

| | |
|--|----|
| 2. Produk-produk pembiayaan Mikro..... | 37 |
| 3. Pemasaran Pembiayaan Mikro | 39 |

BAB IV PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 42 |
| B. Saran | 42 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------|----|
| Gambar 1.1..... | 28 |
| Gambar 2.1..... | 29 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah merupakan suatu sarana yang menunjang dalam rangka pembangunan ekonomi, serta memiliki peran yang signifikan dalam perkembangan perekonomian nasional. Hal tersebut disebabkan oleh fungsi utama lembaga keuangan syariah sebagai lembaga intermediasi antara shaibul maal (pemilik dana) dengan mudharib (yang membutuhkan dana), yaitu dengan cara menghimpun dan menyalur dana dari masyarakat secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan pembangunan nasional.

Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang bersentuhan dengan masyarakat kecil yang serba cukup ilmu pengetahuan atau materi, Bank syariah mempunyai tugas penting dalam segala aspek kehidupan masyarakat dalam usaha menyalurkan pembiayaan kepada nasabah, agar usaha yang dilakukan berkembang dan mendapatkan keuntungan, dalam melaksanakan seluruh sistem operasional, Bank syariah tidak dapat terlepas dari karyawan. Karyawan merupakan bagian yang penting disuatu lembaga keuangan, maju mundurnya operasional Bank syariah ditentukan oleh aktivitas kerja karyawan, terutama bidang pemasaran.

Pengertian pemasaran yang pertama menurut Sofian Assamri Pemasaran adalah suatu proses kegiatan atau hasil prestasi kerja dalam

kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.¹

Pengertian pemasaran yang kedua menurut Philip Khotler adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mempunyai suatu kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain.²

Dan pengertian pemasaran yang ketiga menurut Melayu S.P Hasibun adalah sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan dan keinginan melalui proses pertukaran.³

Berdasarkan beberapa pengertian pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran timbul karena adanya suatu proses kegiatan untuk mengenal produk-produk yang dihasilkan dari suatu perusahaan, agar perusahaan tersebut dapat dikenal oleh masyarakat sehingga target perusahaan dapat tercapai dan berkembang pesat.

Kegiatan pemasaran Bank syariah yang dilakukan oleh Bank syariah yaitu:

1. Kegiatan pemasaran bank syariah selalu ada dalam usaha, baik usaha yang berorientasi positif maupun usaha-usaha sosial.
2. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakatnya suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi sangat penting dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat.

¹ Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran Teknik Data Konsep dan Strategi*, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2008), h. 174

² Philip Khotler, A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 18-19.

³ Melayu S.P. Hasibun. *Daras-dasar Perbankan*. (Jakarta: PT Bumi Aksa, 2009), h. 143

3. Pemasaran dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu yang semakin meningkat.⁴

Kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu bank memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai , baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut konsumen terutama untuk produk baru yang diluncurkan , sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Strategi pemasaran harus menjadi perhatian bagi Bank syariah agar memotivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya di dalam bidang pemasaran guna menarik minat nasabah dalam menggunakan produk-produk Bank syariah tersebut. Dalam sistem pemasaran baik dilakukan melalui media cetak, elektronik maupun secara langsung agar target pemasaran tercapai.

Pada tanggal 15 November 2010 operasional Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu di Kota Metro dimulai. Tepatnya beralamat di Jl. Jendral Sudirman No. 28 Kota Metro. Namun saat ini operasional BRI Syariah KCP Metro telah berpindah ke lokasi yang lebih strategis yaitu beralamat di Jl. Jendral Sudirman No. 1 Kota Metro. Kehadiran BRI Syariah di Kota Metro bertujuan untuk membantu para pedagang dalam mengembangkan usahanya.⁵

⁴ Kasmir, *Manajemen Perbankan* ,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada,2008),h.174

⁵ Wawancara dengan Bapak Sunar Riyanto, Marketing BRISyariah, 20 Maret 2017

Bank BRI Syariah memberikan penawaran pemasaran melalui produk-produk yang diberikan salah satunya adalah Al- Murabahah. Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu , dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu.

Sesuai dengan karakteristik produknya, transaksi yang didasarkan kepada jual beli dan sewa, bank syariah melakukan penetapan margin/keuntungan dari harga jual sejumlah tertentu dengan mempertimbangkan keuntungan yang akan diambil, biaya-biaya yang ditanggung termasuk antisipasi timbulnya kemacetan dan jangka waktu pengembalian. Besarnya tingkat margin pada suatu bank syariah ditentukan oleh bank masing-masing.

Secara umum beberapa syarat yang harus dimiliki untuk pengajuan pembiayaan ke Bank BRI Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Formulir aplikasi pembiayaan
- b. Akad pembiayaan
- c. Copy KTP calon nasabah dan pasangan
- d. Copy KK/Surat nikah/Surat keterangan belum menikah dari kelurahan
- e. Copy NPWP untuk pembiayaan >Rp50.000.000
- f. Surat izin usaha

Beberapa persyaratan umum diatas perlu dimiliki seorang nasabah sebelum mengajukan pembiayaan kepada pihak Bank BRI Syariah kcp Metro.

Biasanya setelah nasabah mengajukan pembiayaan, pihak survey dan marketing mikro dari BRI Syariah akan melakukan survey lokasi terhadap jaminanyang nasabah ajukan.

Sistem untuk mendapatkan pembiayaan dari Bank Pelaksana dengan cara sebagai berikut:

- 1) Nasabah melakukan surat permohonan pembiayaan kepada Bank dengan melampiri dokumen seperti identitas atau dokumentasi diri (seperti KTP, KK, dan lain-lain), legalitas usaha, perizinan usaha, catatan keeuangan dan sebagainya.
- 2) Bank melakukan survey atas usaha yang dijalankan oleh nasabah.
- 3) Bank mengevaluasi atau analisa kelayakan usaha nasabah berdasarkan permohonan nasabah tersebut.
- 4) Apabila menurut Bank usaha yang akan dijalankan layak maka Bank menyetujui permohonan pembiayaan. Keputusan pemberian pembiayaan sepenuhnya merupakan kewenangan Bank.
- 5) Bank dan nasabah menandatangani Perjanjian pembiayaan .
- 6) Nasabah wajib membayar atau mengangsur kewajiban pengembalian pembiayaan kepada Bank sampai lunas.⁶

⁶ <http://www.tnp2k.go.id/tanya-jawab/klaster-iii/program-kredit-usaha-rakyat-kur/>

Dari setiap pembiayaan yang diberikan nasabah selalu terdapat resiko yang menghalangi , resiko tersebut dapat berupa dari faktor internal(resiko yang muncul dari bank tersebut), faktor eksternal(resiko yang tidak dapat diduga seperti bencana alam dan krisis ekonomi), dan faktor nasabah (resiko yang disebabkan oleh nasabah misalnya kredit macet.

B. Pertanyaan Penelitian

Merujuk pada latar belakang masalah di atas peneliti mengemukakan masalah yaitu “Bagaimana Strategi Pemasaran BRI Syariah KCP metro dalam menyalurkan pembiayaan mikro iB di BRI Syariah KCP metro?”

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Dalam hal ini Sutrisno Hadi, mengemukakan bahwa tujuan suatu penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan atau mengkaji dan menguji kebenaran suatu pengetahuan.⁷

Upaya penelitian yang peneliti lakukan ini bertujuan untuk mengetahui sistem pembiayaan yang dilakukan BRI Syariah KCP Metro pada pembiayaan mikro iB.

⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Reseach I*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1976),

2. Manfaat

Dalam penelitian ini mengandung dua manfaat yaitu secara teoritis dan secara praktis.

- a. Manfaat secara teoritis yaitu sebagai masukan dan sekaligus memperdalam wawasan bagi penulis tentang sistem pembiayaan mikro iB produk Al-Murabahah di BRI Syariah KCP Metro
- b. Sedangkan manfaat secara praktis yaitu sebagai sumbangan pemikiran bagi semua pihak yang berkaitan untuk mengetahui dan memahami tentang bagaimana strategi BRI Syariah kcp Metro dalam menyalurkan pembiayaan mikro iB di Bank BRI Syariah KCP Metro.

D. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BRI Syariah KCP Metro di Jl. Jendral Sudirman No. 1 Kota Metro.

2. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan (field research) adalah penelitian yang dilakukan secara langsung untuk mendapatkan hasil yang insentif.

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif yaitu memberikan gambaran yang secermat mungkin mengenai suatu individu , tindakan, gejala oleh kelompok tertentu.⁸

Adapun cara penulisannya adalah bersifat deskriptif kualitatif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan-keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

Sumber data primer merupakan sumber data langsung yang didapat di lapangan oleh penulis untuk tujuan khusus. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada karyawan dan nasabah BRI Syariah KCP Metro yang terkait judul penelitian ini.

Sedangkan sumber data sekunder merupakan sumber data berupa dokumen-dokumen yang telah dikumpulkan dan dilaporkan oleh pihak terkait. Selain dari wawancara peneliti juga mendapat informasi dari dokumentasi yang berhubungan dengan pembiayaan mikro iB pada produk Al-Murabahah di BRI Syariah KCP Metro.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian lapangan peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya adalah:

⁸ *Ibid*

a. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama penelitian.⁹ Jadi penelitian yang dimaksud di sini adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data dengan jalan mengamati dan mencatat segala kegiatan yang ada, berkaitan dengan pembiayaan mikro iB.

b. Wawancara (Interview)

Metode wawancara interview adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden.¹⁰ Komunikasi berlangsung dengan bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Dalam metode ini digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung

kepada pihak-pihak yang terkait atas pembiayaan mikro iB baik dari karyawan bank maupun nasabah.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu.¹¹ Dalam metode ini digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan pembiayaan mikro iB pada produk Al-Murabahah dalam menerapkan sistemnya.

⁹ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Grasindo, 2002), h. 116

¹⁰ *Ibid*, h. 119

¹¹ W. Gulo, *Ibid*, h.123

5. Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan proses penyederhanaan data untuk mempermudah dalam membacanya dan mempermudah untuk dimengerti. Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi pada BRI Syariah KCP Metro akan diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Metode kualitatif maksudnya data yang diperoleh diuraikan sedemikian rupa disertai pembahasan dan kemudian hasil analisa tersebut dilaporkan dalam bentuk laporan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dan dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.¹²

Produk-produk pembiayaan bank syariah dapat menggunakan empat pola yang berbeda, diantaranya yaitu:

a. Pola Bagi Hasil:

1) Musyarakah

Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.¹³

2) Mudharabah

Mudharabah adalah penyimpanan dana atau deposit bertindak sebagai shahibul maal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola).

¹² Melayu S.P. Hasibun. Dasar-dasar Perbankan. (Jakarta: PT Bumi Aksa, 2009), h. 20

¹³ Muhammad Syafii Antonio. *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. h. 90

3) Pola Jual Beli

a) Murabahah

Bai' al-murabahah¹⁴ adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam bai' al-murabahah, penjual (dalam hal ini adalah bank) harus memberi tahu harga produk yang dibeli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya.

b) Salam

Dalam pengertian sederhana, bai' as-salam¹⁵ adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan pada saat awal transaksi dilakukan.

c) Istishna

Transaksi bai' al-istishna¹⁶ adalah kontrak penjualan antara pembeli dan pembuat barang.

d) Pola Sewa

(1) Ijarah

Ijarah adalah akad penyaluran dana untuk pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sebagai pemberi sewa (ujrah), antara perusahaan pembiayaan sebagai pemberi sewa (mu'ajjir) dengan penyewa

¹⁴ Muhammad Syafii Antonio. *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. h, 101

¹⁵ *Ibid*, h. 108

¹⁶ *Ibid*, h. 113

(*musta'jir*) tanpa diikuti pengalihan kepemilikan barang itu sendiri.

(b) *Ijarah muntahiya bittamlik*

Ijarah muntahiya bittamlik adalah sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang ditangan si penyewa.

(c) Pola Pinjaman

Qard

Qard adalah¹⁷ pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.

Dari sekian banyak produk pembiayaan bank syariah, tiga produk pembiayaan utama yang mendominasi portofolio pembiayaan bank syariah adalah pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan dalam aplikasi pembiayaan tersebut sangat bervariasi dari pola bagi hasil (*mudharabah*, *musyarakah*), pola jual beli (*murabahah*, *salam*,

¹⁷ *Ibid*, h, 131

istishna), ataupun pola sewa (ijarah, dan ijarah muntahiya bittamilk).¹⁸

2. Fungsi Pembiayaan

Fungsi Pembiayaan antara lain:

Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar menukar barang dan jasa. Pembiayaan dapat meningkatkan arus tukar menukar barang, hal ini seandainya belum tersedia uang sebagai alat pembayaran, maka pembiayaan akan membantu melancarkan lalu lintas pertukaran barang dan jasa.

- a. Pembiayaan merupakan alat yang dipakai untuk memanfaatkan idle fund.
- b. Pembiayaan sebagai alat pengendali harga.
- c. Pembiayaan dapat mengaktifkan dan meningkatkan manfaat ekonomi yang ada.

3. Manfaat Pembiayaan

- a. Manfaat pembiayaan bagi bank
 - 1) Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah akan mendapat balas jasa berupa bagi hasil, margin keuntungan, dan pendapatan sewa, tergantung pada akad pembiayaan yang telah diperjanjikan antara bank syariah dan mitra usaha (nasabah).

¹⁸ Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), h.

- 2) Pembiayaan akan berpengaruh pada peningkatan profitabilitas bank. Hal ini dapat tercermin pada perolehan laba.
 - 3) Pemberian pembiayaan kepada nasabah secara sinergi akan memasarkan produk bank syariah lainnya seperti produk dana dan jasa.
 - 4) Kegiatan pembiayaan dapat mendorong peningkatan kemampuan pegawai untuk lebih memahami secara perinci aktivitas usaha para nasabah di berbagai sektor usaha.
- b. Manfaat pembiayaan bagi debitur (nasabah)
- 1) Meningkatkan usaha nasabah.
 - 2) Biaya yang diperlukan dalam rangka mendapatkan pembiayaan dari bank syariah relatif murah , misalnya biaya provisi.
 - 3) Nasabah dapat memilih berbagai jenis pembiayaan berdasarkan akad yang sesuai dengan tujuan penggunaannya.
 - 4) Jangka waktu pembiayaan disesuaikan dengan jenis pembiayaan dan kemampuan nasabah dalam membayar kembali pembiayaannya , sehingga nasabah dapat mengestimasi keuangan dengan tepat.¹⁹

Salah satu resiko yang dihadapi oleh bank adalah resiko pembiayaan yang disebabkan oleh kredit macet dari nasabah. Oleh karena itu bank harus mengetahui dengan jelas atas penyebab kredit macet, apakah penyebab tersebut dikarenakan oleh adanya masalah dalam usahanya atau

¹⁹ *ibid*

nasabah sengaja untuk menunda-nunda pembayarannya. Bank juga harus tegas dalam menghadapi nasabah yang macet.

4. Jangka Waktu Pembiayaan

Sebagaimana lazimnya setiap perjanjian pembiayaan selaluditentukan batas waktu bagi yang berhutang atau penerima pembiayaan kapan ia harus mengembalikan pembiayaan atau modal kerja yang diterimanya itu, didalam perjanjian pembiayaan selalu ada klausul yang membatasi jangka waktu pembiayaan harus dilunasi. Apabila sampai batas waktu tersebut ternyata penerimaan pembiayaan tidak dapat melunasipembiayaannya maka penerima pembiayaan berada dalam kategori khianat atau wanprestasi (ingkar janji). Disampin itu adakalnya ditentukan pula jadwal angsuran pembiayaan sesuai dengan sifat dan bentuk perjanjian yang dibuatnya sekaligus jangka waktu pembiayaan.²⁰ Bagi nasabah yang tidak dapat melunasi pembiayaan dalam jangka waktu yang telah ditentukan, bank harus lebih efektif lagi dalam mengontrol atau mengawasi usaha yang dijalankan oleh nasabah sampai benar-benar nasabah mampu untuk melunasinya , agar tidak terjadi penyitaan atau perlelangan jaminan.

5. Fungsi Akad atau Perjanjian

Dalam ajaran islam untuk sahnya suatu akad harus dipenuhi rukun dan syarat dari suatu akad. Rukun akad adalah unsur mutlak yang harus ada dan merupakan esensi dalam setiap akad. Jika salah satu rukun tidak ada,

²⁰ Adiwarman A. Karim , *Bank Syariah*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2010), h. 255

secara syariah akad dipandang tidak pernah ada. Sedangkan syarat adalah suatu sifat yang harus ada pada setiap rukun , tetapi bukan merupakan esensi akad.²¹

Dalam bank syariah, setelah pihak bank melakukan analisis terhadap calon nasabah penerima pembiayaan , untuk menentukan kemauan dan kemampuan calon nasabah, serta calon nasabah telah menyepakati syarat-syarat yang ditentukan oleh pihak bank pemberi pembiayaan, maka dituangkan kesepakatan itu dalam suatu perjanjian yang disebut dengan “perjanjian pembiayaan” atau “akad pembiayaan”. Perjanjian tersebut merupakan dokumen penting. Dalam perjanjian tersebut diatur segala hak dan kewajiban dari masing-masing pihak, baik pihak penyedia dana maupun penerima dana . Apabila terjadi perbedaan pendapat atau sengketa diantara para pihak dikemudian hari, maka perjanjian itulah yang akan dijadikan dasar dan rujukan bagi para pihak untuk menyelesaikan perbedaan pendapat atau sengketa diantara mereka. Akad ditentukan di awal, oleh karena itu semua yang berhubungan dengan pembiayaan harus ada perjanjian di awal mulai dari jangka waktu pembiayaan, penentuan besarnya margin, adanya denda jika pembiayaan macet, jaminan, dan sebagainya sampai berakhirnya pembiayaan, agar tidak terjadi perselisihan antara pihak bank dengan nasabah.

²¹ Dewi Nurul Musjtari, *Penyelesaian Sengketa Dalam Produk Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2002), h. 44

6. Strategi Pemasaran Bank

Definisi strategi pemasaran yang pertama menurut Pandji Anoraga adalah wujud rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.²²

Definisi strategi pemasaran yang kedua menurut Sofjan Assauri adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan.²³

Definisi strategi pemasaran yang ketiga menurut Save M. Dagon adalah proses pemasaran yang mencakup hal-hal mengenai analisis atas kesempatan , implementasi, dan pengawasan.²⁴

Berdasarkan beberapa pengertian mengenai strategi pemasaran diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah rencana yang telah ditetapkan berdasarkan hasil penelitian atau pengamatan terhadap resiko-resiko yang mungkin terjadi dalam proses pemasaran.

Dan untuk membangun sebuah pemasaran yang efektif, suatu perusahaan menggunakan variabel-variabel Marketing Mix (bauran pemasaran) yang merupakan cerminan cara untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan demi mendapatkan laba.²⁵ Bauran pemasaran terdiri atas :

²² Pandji Anoraga, Op.Cit,h. 230

²³ Sofjan Assauri, Op.Cit,h. 168

²⁴ Save M. Dagon, *Kamus Dasar Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: LPKN,2000),h. 804

²⁵ Jumingan, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara,2009),h. 72-73

a) Product (Produk)

Berkaitan dengan penetapan produk yang secara potensial dinilai oleh pasar sasaran atas kualitasnya, yakni panduan manfaat atau kepuasan yang ditimbulkan, atribut yang dibawanya, juga perluasan produk.²⁶

Untuk jasa finansial, definisi produk jasa finansial tidak sejelas definisi produk berwujud karena produk jasa berhubungan dengan kombinasi harga, keuntungan (baik manfaat utama maupun manfaat tambahan), teknologi distribusi sistem pendukung, dan karyawan. Jadi produk-produk jasa sangat terkait dengan berbagai komponen bauran pemasaran lainnya.

b) Price(Harga)

Berdasarkan penetapan harga keputusan ini memasukan faktor biaya, persaingan, dan permintaan. Penetapan harga dilakukan setelah perusahaan memonitor harga yang ditetapkan pesaing agar harga yang ditentukan kompetitif, tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Ada sejumlah cara yang dapat dilakukan untuk menentukan harga yang tepat. Strategi harga *cost-plus* (biaya tambahan) yakni dihitung dari biaya ditambah margin keuntungan yang diinginkan. Strategi harga *mark-up* (penambahan) dimana harga dihitung sebagai suatu

²⁶ Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta:Gema Isnani, 2008), h. 172

persentase dari harga jual. Strategi harga break even (titik impas harga hitung dengan menentukan tingkat penjualan yang diperlukan untuk menutup seluruh biaya tetap dan variabel. Selain itu, ada strategi harga going rate (tingkat harga berjalan) berarti harga ditetapkan sama dengan harga produk persaingan.²⁷

c) Promotion (Promosi)

Promosi lebih luas dari sekedar iklan , keputusannya dapat berupa salah satu kombinasi dari keempat elemen berikut: promosi, penebaran, iklan, publisitas.

Strategi yang dapat dilakukan oleh penyedia jasa untuk mengatasi masalah ketidak berwujudan jasa sebagai berikut:

1. Sajikan informasi yang dramatis
2. Gunakan buzz marketing (pemasaran dari mulut kemulut) atau yang bisa disebut dengan vital marketing yang melibatkan konsumen yang setia menyebarkan informasi positif kepada konsumen lain
3. Gunakan narasi untuk melukiskan pengalaman jasa

d) Place (Tempat)

Place adalah sekelompok golongan masyarakat yang dijadikan sasaran pemasaran produk jasa bank yang dapat diharapkan menjadi nasabah bank bersangkutan. Pimpinan

²⁷ *Ibid*,h. 172

bank harus kreatif menetapkan strategi pemasaran produk jasa bank nya sehingga efektif mencapai tujuan.

Dalam perkembangannya, dikenal juga istilah 7-P dimana 3-P yang selanjutnya adalah

e) People

Merupakan karyawan (dan pelanggan/rekan) yang terlibat dalam kegiatan memproduksi dan menyampaikan produk dan jasa.

f) Physical evidence

Merupakan perangkat-perangkat (sarana dan prasarana) yang bernilai tambah dan mendukung pelayanan dan dipergunakan dalam menyajikan kualitas produk dan jasa kepada nasabah.

g) Process (proses)

Merupakan suatu metode pengoperasian atau serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menyajikan produk dan jasa yang baik kepada nasabah, yang meliputi sistem dan prosedur , termasuk persyaratan ataupun ketentuan yang diberlakukan oleh bank terhadap produk dan jasa bank yang akan mereflesikan penilaian terhadap kualitas pelayanan.²⁸

²⁸ LSPP dan IBI, *Mengelola Kredit Secara Sehat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 219

Sejalan dengan semakin ketatnya persaingan , sistem informasi, dan teknologi, kombinasi pemasaran telah bergeser dari 4-P menjadi 4-C, yaitu sebagai berikut:

(1) Customer's solution

Merupakan perusahaan berpandangan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan haruslah dapat memberikan solusi dan manfaat bagi nasabah secara optimal (customer oriented)

(2) Cost efficiency

Merupakan bank yang dapat efisien dalam mengelola biaya(seperti cost of fund yang rendah, biaya kredit bermasalah rendah, dan beban operasional yang rendah) yang menawarkan suku bunga dan fee yang kompetitif dibanding dengan pesaing.

(3) Convenience

Mrupakan refleksi dari tuntutan nasabah terkait dengan kenyamanan yang dapat diberikan bank dalam hal bisnis dan interaksi bank dengan nasabah.

(4) Communication

Merupakan interaksi yang bersifat dua arah antara bank dengan nasabah, yang merupakan revolusi besar dari

bauran pemasaran (marketing mix) yang berkonotasi satu arah.²⁹

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penggunaan bauran pemasaran (marketing mix) untuk produk jasa jika digabungkan menjadi tujuh P dan empat C. Tujuh P yaitu produk, price, promotion, place, people, physical evidence, dan process. Sedangkan empat C yaitu customer's solution, cost efficiency, convenience, communication.

7. Resiko Pembiayaan

Pada setiap bank pasti mengalami resiko dalam pembiayaan. Sebab-sebab munculnya permasalahan dalam pembiayaan antara bank dan nasabah adalah sebagai berikut:

- a. Dari pihak internal bank
 - 1) Kebijakan pembiayaan yang kurang tepat.
 - 2) Kuantitas, kualitas dan integritas Sumber Daya Manusia yang kurang memadai.
 - 3) Pihak bank kurang teliti dalam pembuatan akad pembiayaan.
- b. Dari pihak nasabah
 - 1) Dari aspek karakter (itikad tidak baik) nasabah.
 - 2) Aspek operasioanalisisasi dan manajemen usaha nasabah.

²⁹ *Ibid*,h.219-210

- 3) Aspek legal yuridis, seperti tidak terpenuhinya persyaratan izin – izin usaha yang diperlukan.
 - 4) Aspek agunan, seperti kekeliruan dalam menilai agunan.
- c. Dari pihak eksternal
- 1) Krisis ekonomi
 - 2) Bencana alam

B. Pembiayaan Mikro

Pembiayaan pada sektor mikro adalah pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha mikro atau kecil. Dengan batasan pinjaman dari 5 juta sampai dengan 200 juta.³⁰

Tujuan produk pembiayaan ini dijalankan karena ada 3 (tiga) hal, yaitu:

1. Meningkatkan akses usaha mikro yang ada dimasyarakat terhadap pelayanan pembiayaan di Lembaga keuangan (LK) Pelaksana.
2. Lembaga Keuangan (LK) Pelaksana sebagai agen pembangunan di daerah dapat melaksanakan fungsinya sehingga dapat mendukung peningkatan dan perkembangan usaha disektor pertanian untuk masyarakat berpenghasilan rendah.

³⁰ Dokumentasi BRISyari'ah KCP Metro dikutip pada tanggal 31 Maret 2017

C. Murabahah

1. Pengertian Murabahah

Pengertian Murabahah yang pertama menurut Heri Sudarsono adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank.³¹ Dalam murabahah, penjual menyebutkan harga pembeli barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atas keuntungan dalam jumlah tertentu. Pada perjanjian murabahah, BRISyariah membiayai pembelian barang yang dibutuhkan oleh nasabahnya dengan membeli barang itu dari pemasok dan kemudian menjualnya kepada anggota dengan harga yang ditambah keuntungan. Dengan kata lain, penjual barang kepada nasabah dilakukan atas dasar cost-plus profit.³²

Pengertian Murabahah yang kedua menurut kasmir merupakan kegiatan jual beli pada harga produk dengan ditambah keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini penjual harus terlebih dahulu memberitahukan harga pokok yang ia beli ditambah harga yang disepakati dengan penjual dan pembeli, setelah sebelumnya penjual menyebutkan dengan sebenarnya harga perolehan atas barang tersebut dengan besarnya keuntungan yang diperolehnya.

Dari beberapa pengertian Murabahah diatas, peneliti menyimpulkan bahwa murabahah adalah akad jual beli dengan menyatakan tingkat keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

³¹ Heri Sudarsono. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*.(Yogyakarta:Ekonesia,2003), h. 169

³² Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*.(Jakarta: Rajawali Pers,2010),h. 233

2. Jenis-jenis Murabahah

Pembiayaan murabahah dibagi atas 2 (dua) jenis yaitu:

a. Murabahah berdasarkan pesanan

Dalam murabahah berdasarkan pesanan, bank melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari nasabah, dan dapat bersifat mengikuti atau tidak mengikat nasabah untuk membeli barang yang dipesannya (bank dapat meminta uang muka pembelian kepada nasabah).

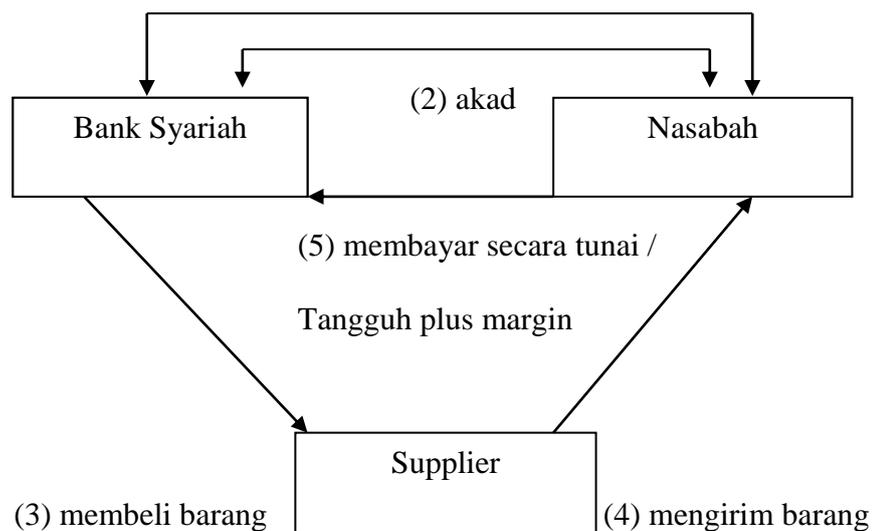
b. Murabahah berdasarkan tanpa pesanan

Dalam hal ini bank telah memiliki barang yang akan diperjual belikan kepada nasabah, maka dari itu bank tidak akan memesan barang kepada supplier.

3. Skema Murabahah

Gambar 1.1

(1) Negosiasi



4. Rukun Murabahah

Rukun dari akad Murabahah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa:

- a. Penjual adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan pembeli adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b. Objek akad, yaitu mabi'i (barang dagangan) dan Tsaman (harga).
- c. Ijab dan Qabul³³

Pada awalnya murabahah merupakan konsep jual beli yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan pembiayaan. Namun demikian, konsep jual ini kemudian digunakan oleh perbankan syariah. Dalam pembiayaan ini, pihak bank sebagai pemilik dana membelikan barang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan, kemudian menjualnya ke nasabah tersebut dengan penambahan keuntungan tetap, kemudian nasabah akan mengembalikannya dengan cara angsuran ataupun tunai.

5. Syarat-syarat Murabahah

- a. Syarat yang berakal (ba'iu dan musytari) cakap hukum dan tidak dalam keadaan terpaksa.
- b. Barang yang diperjualbelikan (mabi') tidak termasuk barang yang harus jelas

³³ *Ibid*, h. 147

- c. Harga barang (tsaman) harus dinyatakan secara transparan (harga pokok dan komponen keuntungan)
- d. Pernyataan serah terima (ijab qobul) harus jelas dengan menyebutkan secara spesifik pihak-pihak yang berakad.³⁴

Dalam transaksi murabahah syarat dan rukun harus dipenuhi sesuai dengan syariat Islam. Sebagaimana Rasulullah telah mengajarkan ketika beliau berdagang beliau selalu bersifat jujur dan transparan.

³⁴ Viethzal Rivai, Andri Permata . *Islamic Financial Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h. 145

BAB III PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Sejarah Pendirian BRISyariah KCP Metro³⁵

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyari'ah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRISyari'ah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRISyari'ah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (service excellence) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan.

Saat ini PT. BRISyari'ah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. BRISyari'ah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. BRISyari'ah menargetkan menjadi

³⁵ Dokumentasi BRISyari'ah KCP Metro dikutip pada tanggal 31 Maret 2017

bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. BRISyari'ah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syari'ah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syari'ah.

Pada tanggal 15 November 2010 operasioanal Kantor Cabang Pembantu di Kota Metro dimulai. Tepatnya beralamat di Jl. Jendral Sudirman No. 28 Kota Metro. Namun saat ini operasional BRISyari'ah KCP Metro telah berpindah ke lokasi yang lebih strategis yaitu beralamat di Jl. Jendreal Sudirman No. 1 Kota Metro.³⁶

2. Visi dan Misi BRISyari'ah KCP Metro³⁷

Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

³⁶ *Ibid*

³⁷ *Ibid*

Misi

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip syari'ah.
3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

3. Gambar dan Arti Logo BRISyari'ah³⁸

a. Lambang Perusahaan

Setiap perusahaan senantiasa dilengkapi dengan lambing perusahaan. Lambang mempunyai arti penting karena lambang merupakan identitas bagi setiap perusahaan. Lambang perusahaan BRISyari'ah dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 1.1



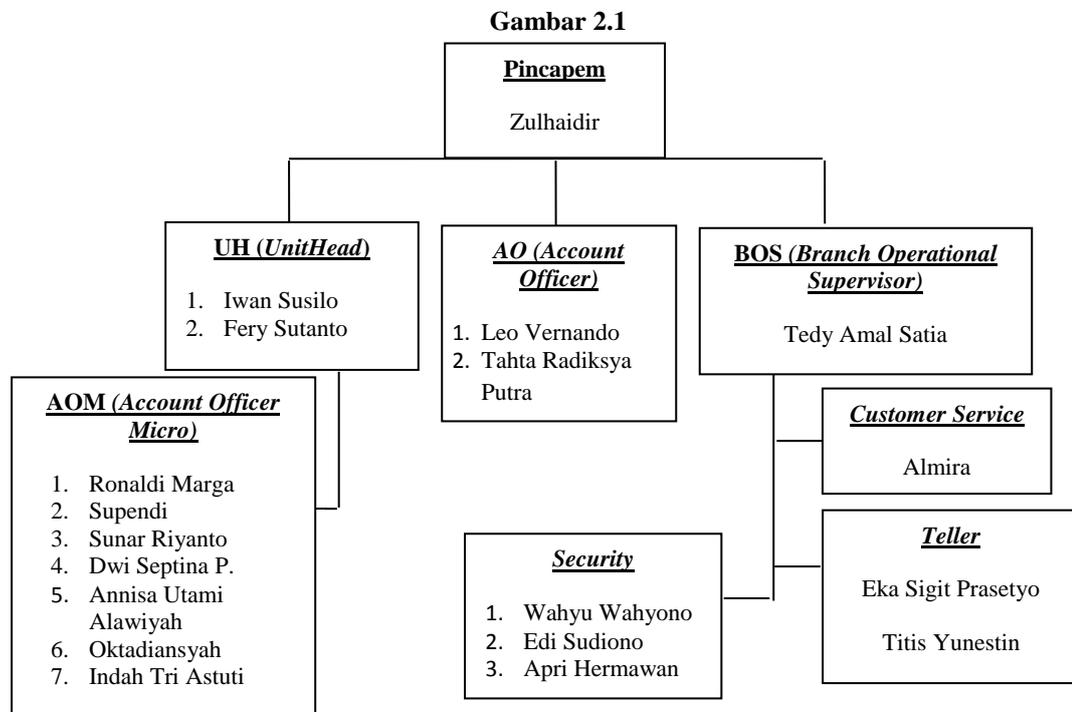
³⁸ *Ibid*

b. Arti Lambang dan Warna PT. BRISyari'ah

Untuk kombinasi warna yang digunakan adalah warna biru dan putih sebagai benang merah sebagai brand Bank BRI. Biru melambangkan kepercayaan dan kestabilan yang kokoh, sedangkan putih merefleksikan kemurnian sistem syari'ah. Stilasi “pendar cahaya” identitas brand BRISyari'ah merupakan simbolisasi navigasi “pelita” kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan ini BRISyari'ahselalu berorientasi dan berpandu dalam mengembangkan brandnya.

4. Struktur Organisasi BRISyari'ah KCP Metro³⁹

Adapun struktur organisasi PT BPRS Aman Syari'ah Lampung Timur sebagai berikut:



³⁹ Struktur Organisasi BRISyari'ah dikutip pada tanggal 7 April 2017

5. Produk-Produk BRI Syariah⁴⁰

a. Penghimpun Dana (Funding)

Penghimpunan dana di BRISyari'ah KCP Metro dilakukan dengan atau melalui dana bentuk tabungan/simpanan, giro dan deposito

Bentuk penghimpunan dana di BRISyari'ah adalah sebagai berikut:

1) Tabungan Faedah BRISyari'ah⁴¹

Deskripsi :

Produk simpanan dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

Akad : *Wadi'ah yad dhamanah*

2) Tabungan Faedah BRISyariah iB Segmen Bisnis Individu

Deskripsi :

Produk simpanan dari BRISyariah untuk nasabah non-perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

Akad : *Wadi'ah yad dhamanah*

⁴⁰ Wawancara dengan Indah Tri Astuti, Marketing Mikro BRISyariah, 3 Mei 2017

3) Tabungan Haji

Merupakan kerjasama nasabah dengan pihak bank, dimana nasabah menitipkan dananya sebagai tabungan haji yang tidak dapat diambil sewaktu-waktu hanya saja dapat diambil ketika nasabah menutup rekening haji.

Deskripsi Produk

Produk simpanan dari BRISyariah bagi calon jemaah Haji Reguler yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).

Akad: *Mudharabah Muthlaqah*

4) Tabungan Impian⁴²

Konsep pada tabungan impian ini sama seperti tabungan faedah yang dananya dititipkan kepada pihak bank dengan setoran yang tidak ditentukan, kemudian dana yang diinginkan dapat dibelikan barang-barang yang diinginkan.

Akad: *Mudharabah Muthlaqah*

5) Tabungan SimPel (Simpanan Pelajar)

Deskripsi :

SimPel iB kependekan dari Simpanan Pelajar iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh

⁴² Wawancara dengan Sunar Riyanto Marketing Mikro BRISyariah, 3 Mei 2017

bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

6) Giro BRISyari'ah

Deskripsi Produk

Produk simpanan dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk kemudahan transaksi bisnis sehari-hari dimana penarikan dana menggunakan cek & bilyet giro.

Akad: Wadi'ah yad dhamanah

7) Deposito BRISyari'ah iB

Produk investasi berjangka dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal.

Akad: Mudharabah Muthlaqah

b. Penyaluran Dana (landing).

Penyaluran dana di BRISyari'ah KCP Metro disebut dengan istilah pembiayaan. Pembiayaan ini dapat digunakan untuk keperluan konsumtif, produktif (pengembangan usaha atau investasi) maupun modal.

Ada beberapa produk penyaluran dana yang ada di BRISyari'ah antara lain:

1) Pembiayaan Micro Banking⁴³

Ada tiga jenis pembiayaan mikro di BRISyari'ah KCP Metro. Ketiganya digolongkan berdasarkan plafon pembiayaan yaitu:

- a) Mikro 25 iB
- b) Mikro 75 iB
- c) Mikro 500 iB

2) KUR Mikro iB

Sebuah bantuan modal yang dapat digunakan para pelaku UKM untuk mengembangkan usahanya, produk tersebut adalah Unit Mikro BRI Syariah iB. Melalui Produk pinjaman tersebut Bank BRI Syariah menyiapkan Dana pinjaman mulai dari Rp 5 Juta hingga pinjaman Rp 25Juta.

B. Hasil Penelitian Strategi Pemasaran Pembiayaan Mikro iB

Pada uraian diatas bahwa pembiayaan mikro pada BRI Syariah KCP Metro merupakan pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat menengah kebawah guna untuk membantu menjalankan usaha. Pembiayaan mikro pada BRI Syariah KCP Metro digunakan untuk pembiayaan sampai dengan Rp. 200.000.000,- dengan margin yang telah ditentukan sesuai dengan besarnya pembiayaan. Sistem pembiayaan mikro pada BRI Syariah KCP Metro yang

⁴³ Wawancara dengan Fery Sutanto Unit Head BRISyariah, 1 Mei 2017

paling utama adalah melakukan sosialisasi tentang pembiayaan mikro, lalu menawarkan atau memprospek calon nasabah. Setelah nasabah memenuhi persyaratan atas pembiayaan mikro dan melakukan akad, maka bank memberikan pembiayaan kepada nasabah. Dan bank juga harus memperhatikan resiko yang dihadapi. Salah satu resiko yang dihadapi oleh bank adalah resiko pembiayaan yang disebabkan oleh kredit macet dari nasabah. Oleh karena itu bank harus mengetahui dengan jelas atas penyebab kredit macet, apakah penyebab tersebut dikarenakan oleh adanya masalah dalam usahanya atau nasabah sengaja untuk menunda-nunda pembayarannya. Bank juga harus tegas dalam menghadapi nasabah yang macet.

a. Sistem Pembiayaan Mikro

Penyaluran dana di BRISyari'ah KCP Metro disebut dengan istilah pembiayaan. Pembiayaan ini dapat digunakan untuk keperluan konsumtif, produktif (pengembangan usaha atau investasi) maupun modal.

b. Produk-Produk Pembiayaan Mikro

Ada tiga jenis pembiayaan mikro di BRISyari'ah KCP Metro.

Ketiganya digolongkan berdasarkan plafon pembiayaan yaitu:⁴⁴

1. Mikro 25 iB

Limit Pembiayaan minimal Rp 5.000.000 sampai dengan Rp 25.000.000 .

⁴⁴ Dokumentasi BRISyari'ah KCP Metro dikutip pada tanggal 31 Maret 2017

2. Mikro 75 iB

Limit Pembiayaan minimal Rp 5.000.000 sampai dengan Rp 75.000.000 .

3. Mikro 500 iB

Limit Pembiayaan minimal Rp 75.000.000 sampai dengan Rp 2000.000 .

Persyaratan umum pembiayaan mikro iB BRISyariah:⁴⁵

- a. Warga indonesia dan berdomisili di indonesia
- b. Usia minimal 21 tahun/telah menikah untuk usia ≥ 18 tahun.
- c. Wiraswasta yang usahanya sesuai prinsip syariah
- d. Lama usaha calon nasabah:
 - 1) Untuk mikro 75 iB dan 500 iB, lama usaha minimal 2 tahun
 - 2) Untuk usaha mikro 25 iB, lama usaha minimal 3 tahun
- e. Tujuan pembiayaan untuk kebutuhan modal kerja atau investasi
- f. Memiliki usaha tetap.
- g. Jaminan atas nama milik sendiri atau pasangan atau orang tua atau anak kandung.
- h. Biaya administrasi mengikuti syarat dan ketentuan yang berlaku.

⁴⁵ Wawancara dengan Ronaldi Marga Marketing Mikro BRISyariah, 2Mei 2017

c. Pemasaran Pembiayaan Mikro

1. Konsep pemasaran

Pemasaran adalah orientasi manajemen yang menekankan bahwa kunci pencapaian tujuan organisasi terdiri dari kemampuan perusahaan menentukan kebutuhan dan keinginan pasar. Hal-hal yang terkandung dalam konsep pemasaran ini adalah:

- a. Konsumen dapat dikelompokkan kedalam segmen pasar yang berbeda tergantung dari kebutuhan dan keinginan.
- b. Konsumen dalam segmen tertentu lebih menyayangi akan apa yang ditawarkan perusahaan yang dapat langsung memenuhi kebutuhan.
- c. Tugas organisasi adalah untuk meneliti dan memilih pasar yang dituju dan berusaha mengembangkan usaha-usaha penawaran dan program-program pemasaran.

2. Konsep pemasaran ke masyarakat⁴⁶

Konsep pemasaran ke masyarakat adalah suatu orientasi manajemen yang menekankan bahwa tugas pertama perusahaan menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan dari pasar yang dituju.

Strategi pemasaran yang dilakukan BRI Syariah KCP Metro untuk menawarkan produk adalah:⁴⁷

⁴⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen bisnis*, (Jakarta: PT.Rnieka Cipta,2009),h215

⁴⁷ Dokumentasi BRISyari'ah KCP Metro dikutip pada tanggal 31 Maret 2017

1. Menyebarkan brosur

Biasanya yang dilakukan karyawan marketing BRI Syariah KCP Metro adalah menyebar brosur ke pasar atau tempat usaha yang sudah berjalan dan berkembang, karyawan menawarkan para pedagang atau pengusaha untuk pengajuan pembiayaan mikro agar usaha yang dijalankan lebih berkembang besar.

2. Tempat Strategis

BRI Syariah KCP Metro di Jl. Jendral Sudirman No. 1 Kota Metro adalah tempat yang sangat strategis untuk perkembangan suatu bank. Karena tempat yang dipilih adalah tempat yang mudah dijangkau masyarakat.

3. Open table

Biasanya dengan cara open table disuatu acara, itu salah satu cara memasarkan pembiayaan, dengan disitu kita menawarkan produk apakah tertarik untuk mengajukan pembiayaan di BRI Syariah KCP Metro.

Berdasarkan strategi pemasaran diatas, peneliti menyimpulkan bahwa strategi pemasaran di BRI Syariah KCP Metro diatas adalah yang paling efektif dan paling sering dilakukan untuk memasarkan pembiayaan mikro dan salah satu cara untuk memasarkan produk dan mendapatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan di BRI Syariah KCP

Metro. Sama dengan teori Bauran pemasaran (marketing mix) 4P yaitu Produk, Price, Promotion, People.

BAB IV KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian di BRI Syariah KCP Metro bahwasanya pembiayaan mikro pada produk Murabahah hanyalah untuk pembiayaan tertentu yang telah ditetapkan pada bank tersebut yaitu pembiayaan dengan batas maksimal 200 juta. Dengan margin yang telah ditentukan sesuai dengan besarnya pembiayaan. Sistem yang digunakan pada BRI Syariah KCP Metro adalah menyebarkan brosur.

Biasanya yang dilakukan karyawan marketing Bank BRI Syariah KCP Metro adalah menyebar brosur ke pasar atau tempat usaha yang sudah berjalan dan berkembang, karyawan menawarkan para pedagang atau pengusaha untuk pengajuan pembiayaan mikro agar usaha yang dijalankan lebih berkembang besar, Dan tempat yang strategis dapat dijangkau masyarakat adalah salah satu untuk mempermudah minat calon nasabah unyuk melakukan pembiayaan. Dan open table, biasanya dengan cara open table disuatu acara, itu salah satu cara memasarkan pembiayaan, dengan disitu menawarkan produk apakah tertarik untuk mengajukan pembiayaan di BRI Syariah KCP Metro.

B. Saran

- 1) Lebih diperbanyak marketing mikro agar lebih efektif dalam melayani nasabah pembiayaan mikro.

- 2) Harus lebih memperhatikan dalam pelayanan baik kepada nasabah maupun orang lain yang mempunyai kepentingan pada BRI Syariah KCP Metro.
- 3) Pertahankan kinerja yang cekatan.

OUTLINE

“STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN MIKRO iB DI BANK BRI SYARIAH KCP METRO”

HALAMAN JUDUL

ABSTRAK

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ORISINALITAS PENELITIAN

MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat
- D. Metode Penelitian
 1. Jenis Penelitian
 2. Sifat Penelitian
 3. Sumber Data
 4. Teknik Pengumpulan Data
 5. Analisa Data

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan
2. Fungsi Pembiayaan
3. Manfaat Pembiayaan
4. Jangka Waktu Pembiayaan
5. Fungsi Akad atau Perjanjian
6. Strategi Pemasaran
7. Resiko Pembiayaan

B. Pembiayaan Mikro

C. Murabahah

1. Pengertian Murabahah
2. Jenis-jenis Murabahah
3. Skema Murabahah
4. Rukun Murabahah
5. Syarat-Syarat Murabahah

BAB III PEMBAHASAN

A. Deskripsi Penelitian

1. Sejarah Bank BRI Syariah KCP Metro
2. Logo Bank BRI Syariah
3. Visi dan Misi
4. Struktur Organisasi
5. Produk-Produk Bank BRI Syariah

B. Hasil Penelitian

1. Sistem Pembiayaan Mikro
2. Produk-Produk Pembiayaan Mikro
3. Pemasaran Pembiayaan Mikro
4. Resiko Pembiayaan Nasabah yang Macet dan Cara Mengatasinya

C. Analisa Penelitian

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Mahasiswa, Ybs,



Astuti

NPM. 14122538

Dosen Pembimbing,



Dr. Hj. Tobibatussaadah, M.Ag
NIP. 197010201998032002



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : **Astuti**
 NPM : 14122538

Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS**
 Semester / TA : **VI/ 2016-2017**

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------|------------|---|--------------|
| | 30/15-2017 | I | ace out line | |
| | 8/16-2017 | | ① Tata tulis diperbaiki ② Bentuk huruf & kalimat diperbaiki ③ cara menulis kalimat diperbaiki! ④ masalah paragraf di latar belakang masalah ⑤ pertanyaan penelitian | |

Dosen Pembimbing

Dr. Hj. Tobiatussaadah, M.Ag
 NIP. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa Ybs,

Dan tugas diperbaiki

Astuti
 NPM. 14122538



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Astuti
NPM : 14122538

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------|------------|--|--------------|
| | 8/2017 16 | Teori | Strategi pemasaran dan dimana? Tersebut harus ada di bab 4 sebagai landasan Terima! Kasir penelitian saudara dimana & membahas strategi pemasaran penjualan mikro 1B? | |

Dosen Pembimbing

Dr. Hj. Tobbatussaadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Mahasiswa Ybs,

Astuti
NPM. 14122538



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

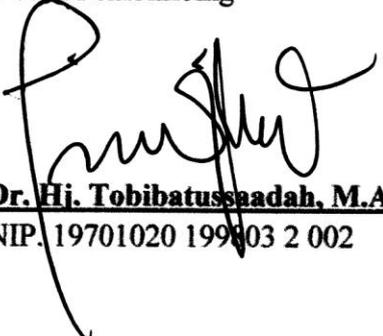
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Astuti
NPM : 14122538

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------|------------|--|--------------|
| | | | kesimpulan harus menjawab pertanyaan peneliti dan harus Righas, cukup satu halaman | |

Dosen Pembimbing


Dr. Hj. Tobibatussadiyah, M.Ag
NIP. 19701020 199003 2 002

Mahasiswa Ybs,


Astuti
NPM. 14122538

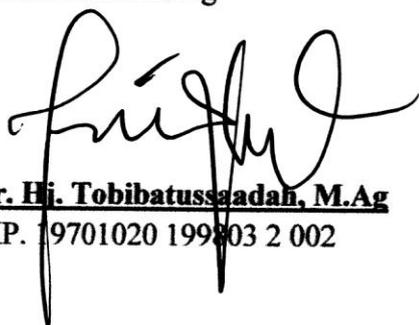
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : Astuti
NPM : 14122538

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /D-III PBS
Semester / TA : VI/2016-2017

| No | Hari / Tanggal | Pembimbing | Hal yang dibicarakan | Tanda Tangan |
|----|----------------|------------|--|--------------|
| | 10/6 - 2017 | | <p>1) Analisis Terris Bulunya ditulip.</p> <p>2) Teori Teori Strategi pemasaran harus dari bulan bulan dari lapangan.</p> <p>3) Analisis penelitian berdasarkan kali, bisa online mayoritas wawancara.</p> <p>4) Analisis perjelai, Mahasiswa Ybs, analisis apa?</p> | |

Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Tobibatussadan, M.Ag
NIP. 19701020 199003 2 002

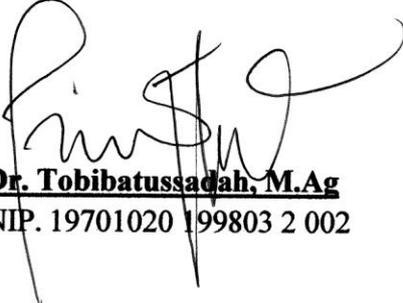


Astuti
NPM. 14122538

C. Dokumentasi

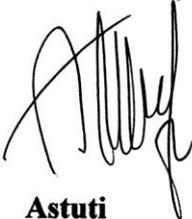
1. Pengutipan tentang sejarah , visi, misi, dan tujuan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Metro.
2. Penggambaran struktur organisasi , dan tugas serta wewenang Dari seluruh bagian Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu.
3. Produk-produk pembiayaan Bank BRI Syariah Kantor cabang Pembantu metro.

Mengetahui,
Pembimbing I



Dr. Tobibatussadah, M.Ag
NIP. 19701020 199803 2 002

Metro, 5 Mei 2017
Mahasiswa ybs,



Astuti
NPM.14122538

PT. BANK BRISyariah
KCP Metro Lampung
Jl. A. H. Nasution No. 1
Kota Metro, Metro Lampung
Fax/Telp : (0725) 45200 / (0725) 42426

SURAT KETERANGAN MAGANG

No. B. *628* -KCP-MTR/06/2017

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT, teriring do'a smoga kita semua dalam keadaan sehat sehingga dapat menjalankan tugas sehari-hari dengan baik, Amin

Dengan ini kami yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : TEDY AMAL SATIA
Jabatan : Branch Officer Supervisor

Menerangkan bahwa

Nama : ASTUTI
NPM : 14122538
Universitas : IAIN METRO

Memang benar melakukan magang atau PPL di PT. Bank BRISyariah KCP Metro Lampung mulai dari tanggal 25 Januari 2017 sampai dengan tanggal 21 April 2017. Selama magang di PT. Bank BRISyariah KCP Metro Lampung Sdr/Sdri **ASTUTI** telah mempelajari tentang prosedur dan beberapa hal yang hubungannya dengan ilmu perbankan.

Demikian Surat Keterangan Magang ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Metro, 14 Juni 2017
PT Bank BRISyariah KCP Metro



Tedy Amal Satia
Branch Officer Supervisor

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Perumahan I PT.GMP, pada tanggal 24 Januari 1994. Penulis merupakan anak ketiga dari lima bersaudara, dari pasangan Bapak Sukadi dan Ibu Watini.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis sebagai berikut :

1. Taman Kanak-kanak (TK) SATYA DHARMA SUDJANA (PT.GMP) yang diselesaikan pada tahun 2001/2002,
2. Sekolah Dasar (SD) diselesaikan di SDN 02 Gunung Madu yang diselesaikan pada tahun 2007/2008,
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP SATYADHARMA SUDJANA (PT.GMP) yang diselesaikan pada tahun 2009/2010,
4. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) di SMKN 01 TERBANGGI BESAR yang diselesaikan pada tahun 2012/2013
5. Pada tahun 2014/2015, penulis terdaftar sebagai Diploma Tiga (D-III) Jurusan Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pada tahun 2017 peneliti mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di BRI Syariah KCP Metro selama tiga bulan terhitung dari tanggal 25 Januari 2017 sampai dengan tanggal 21 April 2017. Dan pada akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.