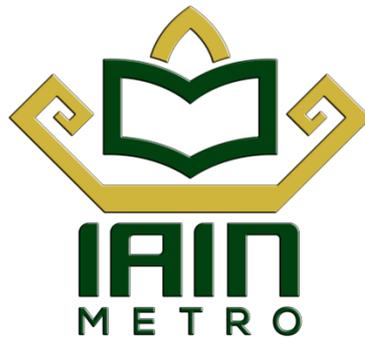


**STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA
BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN
DANA PIHAK KETIGA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**DITTA CITRA ASMARA
NPM: 13109448**



**PROGRAM DIPLOMA TIGA (D-III) PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
TAHUN 1438 H / 2017 M**

**STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA
BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN
DANA PIHAK KETIGA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Ahli Madya Perbankan Syariah (Amd.Sy)**

Oleh:

DITTA CITRA ASMARA

NPM: 13109448

**Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Pembimbing I : Wahyu Setiawan, M.Ag

Pembimbing II : Nurhidayati, M.H

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

ABSTRAK

STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA

DITTA CITRA ASMARA

NPM: 13109448

Dana Pihak Ketiga merupakan dana yang berasal dari masyarakat yang merupakan mayoritas dari seluruh dana yang dihimpun bank dan merupakan sumber dana utama yang diandalkan oleh bank dalam kegiatan usaha sehari-hari. Dimana Dana Pihak Ketiga disini banyak digunakan untuk tabungan dengan akad wadiah dan mudharabah. Pentingnya Dana Pihak ketiga ini menuntut pihak bank untuk lebih kreatif dan selalu melakukan inovasi dalam melakukan peningkatan Dana Pihak Ketiga. Oleh sebab itulah peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang Strategi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Dimana data penelitian diambil dari sumber data primer, yaitu Direktur Utama, Customer Service dan Promotion Departement. Dan juga sumber data sekunder, yaitu berupa dokumen dan sebagainya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan interview dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi peningkatan dana pihak ketiga pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dilakukan dengan menggunakan tiga macam strategi promosi dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, melalui Periklanan (*Advertising*). Bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan strategi periklanan tumbuh sekitar 3,75%. Kedua, melalui Promosi Penjualan (*Sales Promotion*). Bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan Strategi Promosi Penjualan tumbuh sekitar 4%. Ketiga, melalui Publisitas (*Publicity*). Bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan strategi publisitas tumbuh sekitar 3 %. Ketiga strategi promosi ini terbukti mampu meningkatkan pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga) pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

Kata kunci : Strategi, Dana Pihak Ketiga.



**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.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga.
Nama Mahasiswa : DITTA CITRA ASMARA
No. Pokok Mahasiswa : 13109448
Jurusan : D3 PBS
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Mengetahui dan Menyetujui:

Pembimbing I

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Pembimbing II

Nurhidayati, MH.
NIP. 19761109 200912 2 001

an. Dekan
Ketua program D3 Perbankan Syariah,

Zumaroh, S.E.I., M.E.Sy
NIP. 197904222006042002



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

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: 1408 / In. 28.3/D / PP. 00.9/12/2017

Tugas Akhir yang berjudul: STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA, disusun oleh: DITTA CITRA ASMARA, NPM. 13109448, Jurusan: D-III Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pada hari/tanggal: Kamis / 12 Oktober 2017.

DAFTAR PENGUJI

Ketua : Wahyu Setiawan, M.Ag

Sekretaris : Dharma Setyawan, M.A

Penguji I : Hermanita, SE., MM

Penguji II : Nurhidayati, MH

()
()
()

PANITIA MUNAQOSAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
METRO

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,




Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 197209232000032002



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

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: 1408 / Sn. 28.3/D / PP. 00.9/12/2017

Tugas Akhir yang berjudul: STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA, disusun oleh: DITTA CITRA ASMARA, NPM. 13109448, Jurusan: D-III Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pada hari/tanggal: Kamis / 12 Oktober 2017.

DAFTAR PENGUJI

Ketua : Wahyu Setiawan, M.Ag

()

Sekretaris : Dharma Setyawan, M.A

()

Penguji I : Hermanita, SE., MM

()

Penguji II : Nurhidayati, MH

()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,


Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP.197209232000032002

PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DITTA CIRA ASMARA
NPM : 13109448
Jurusan : D3 PBS
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan berjudul “Strategi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga” ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 29 September 2017

Yang Menyatakan,



DITTA CIRA ASMARA
NPM. 13109448

MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ

سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

“ Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.

(QS. An-Nisa ayat: 58).¹

¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh), h.128.

PERSEMBAHAN

Atas rasa syukur dan memohon ridho kepada Allah SWT serta rasa bahagia, saya persembahkan Tugas Akhir ini sebagai rasa hormat dan cinta kasih saya yang tulus kepada:

1. Ibunda Budiyah dan Ayahanda Amir Syarifudin (Alm), juga ayah tiriku Bapak Anjar yang tak pernah lelah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta melimpahkan cinta kasih, dukungan serta doanya untuk putra dan putri tercinta dalam menggapai kesuksesan.
2. Adikku Faisal Abadi yang selalu memberikan dukungan, semangat dan selalu mengisi hari-hariku dengan canda tawa dan kasih sayang.
3. Temanku Yockta Anta Kusuma yang selalu menyemangatiku, memberi motivasi dan dukungan, serta doanya untukku.
4. Sahabat-sahabat seperjuanganku, Riska Emis, Truly, Pradyta, Linda, dan Rety serta sahabat seperjuanganku yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberi semangat dan dukungan serta canda tawa yang sangat mengesankan selama masa perkuliahan. Terimakasih atas motivasinya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik. Dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam penelitian Tugas Akhir ini diantaranya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Bapak Wahyu Setiawan, M.Ag, selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan berupa bimbingan dan memberikan motivasi untuk terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Nurhidayati, MH, selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan berupa bimbingan dan memberikan motivasi untuk terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh dosen pengajar beserta staf IAIN Metro yang telah memberi ilmu pengetahuan kepada peneliti.
6. Bapak Mat Amin, selaku Direktur Utama PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang memberikan izin kepada peneliti untuk mengadakan penelitian.

7. Karyawan dan karyawan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi tentang penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam laporan penelitian Tugas Akhir ini, maka kritik dan saran demi perbaikan Tugas Akhir ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pendidikan Perbankan Syariah.

Metro, 29 September 2017
Peneliti,

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ORISINALITAS PENELITIAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Metodologi Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	16
B. Pengertian Strategi Pemasaran	16

C. Segmenting, Targeting, Positioning	21
D. Bauran Pemasaran (marketing mix).....	23
E. Dana Pihak ketiga	26
F. Pengertian Dana Pihak Ketiga	26
G. Macam-macam Produk Dana Pihak Ketiga	27
H. Macam-macam Akad dalam Dana Pihak Ketiga	28
I. Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga	51
J. Bank Perkreditan Rakyat Syariah.....	54
K. Pengertian dan Tujuan BPRS	54
L. Visi dan Misi BPRS.....	55
M. Fungsi dan Peran BPRS.....	56
N. Strategi Pengembangan BPRS	58

BAB III PEMBAHASAN

A. Deskripsi Singkat BPRS Mitra Agro Usaha	62
B. Sejarah Singkat.....	62
C. Visi Misi Perusahaan	64
D. Struktur Organisasi.....	64
E. Produk-Produk BPRS Mitra Agro Usaha	66
F. Strategi BPRS Mitra Agro Usaha dalam Peningkatan Dana Pihak Ketiga	69
G. Strategi Penghimpunan Produk Dana Pihak Ketiga.....	69
H. Strategi Pemasaran Produk.....	70
I. Penyaluran Dana/Pembiayaan	76

J. Syarat Pengajuan Produk Deposito dan Tabungan.....	77
---	----

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	79
---------------------	----

B. Saran	79
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Penghimpunan Dana Perbankan Syariah hal.27
- Gambar 2. Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung
hal.65

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Pembimbing Tugas Akhir
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 3. Surat Izin *Research*
- Lampiran 4. Surat Tugas
- Lampiran 5. Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
- Lampiran 7. Alat Pengumpul Data
- Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai bentuk perwujudan dari kebutuhan masyarakat terhadap perbankan syariah, dan ditegaskannya sistem perbankan konvensional dan sistem perbankan syariah (*dual banking sistem*) memberikan peluang bagi bank konvensional untuk memberikan pelayanan jasa perbankan dengan prinsip Syariah pada perbankan nasional dan dibukalah peluang yang lebih luas terhadap operasional bank Syariah.¹ Sejak saat itu banyak bank konvensional yang membuka Unit Usaha Syariah dan membuka Kantor Cabang Syariah dan Kantor Cabang Pembantu Syariah.

Dengan adanya target tersebut, sejumlah bank syariah pun terpacu untuk tumbuh. Dukungan Peraturan PBI No. 11/3/2009 sebagai stimulus untuk tumbuhnya kinerja bank syariah. Kinerja ini semakin nyata ketika berdasarkan pada laporan Bank Indonesia (BI), sampai dengan Desember 2010, aset perbankan syaria'ah mencapai Rp. 97,52 triliun dibandingkan Desember 2009 sebesar Rp. 68,58 triliun dan Desember 2008 sebesar Rp. 51,33 triliun, jumlah yang menunjukkan pertumbuhan sebesar 47 % (persen) dan diperkirakan aset tersebut pada tahun 2011 akan tumbuh 45 % (persen), perkiraan yang berdasarkan pada pangsa pasarnya dalam pengumpulan dan penyaluran dana yang sampai awal Bulan Februari 2011 mencapai 3,28 % (persen). Selanjutnya data sampai dengan Desember 2010 menunjukkan

¹ Wibowo *et.al*, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h. 27

total Dana Pihak Ketiga (DPK) mencapai Rp 76,036 triliun dibandingkan Desember 2009 sebesar Rp. 53,60 triliun dan Desember 2008 sebesar Rp. 37,82 triliun.²

Laporan di atas memberikan bukti bahwa perbankan syariah sudah mulai menunjukkan peranannya di sektor keuangan Indonesia pada umumnya, dan perkembangan ekonomi nasional. Perbankan syariah menjalankan fungsi yang sama dengan perbankan konvensional, yaitu sebagai lembaga intermediasi (penyaluran), dari nasabah pemilik dana (*shahibul mal*) dengan nasabah yang membutuhkan dana. Namun, nasabah dana dalam bank syariah diperlakukan sebagai investor dan/atau penitip dana. Dana tersebut disalurkan perbankan syariah kepada nasabah pembiayaan untuk beragam keperluan, baik produktif (investasi dan modal kerja) maupun konsumtif. Dari pembiayaan tersebut, bank syariah akan memperoleh bagi hasil/margin yang merupakan pendapatan bagi bank syariah.

Dalam fungsinya sebagai lembaga penyaluran dana, perbankan syariah mempunyai peranan yang sangat penting dalam pembangunan dan berpengaruh terhadap perekonomian. Semakin banyaknya kegiatan perekonomian yang dilaksanakan oleh masyarakat Indonesia, maka tuntutan terhadap terhadap peran lembaga keuangan syariah juga semakin meningkat. Berdasarkan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat tersebut, maka terciptalah peluang bagi perbankan syariah untuk

² Prasetyo, Whedy. "Analisis Pelaksanaan Spin Off Strategi Melalui Strategi SWOT dalam Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia" dalam *Afkaruna Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, Vol 10, No 1/ Januari - Juni 2014..

mengembangkan usahanya sehingga terjadilah persaingan yang tinggi. Persaingan yang tinggi di dunia perbankan ditandai dengan banyaknya produk yang ditawarkan kepada nasabah. Pertumbuhan dan perkembangan bank, baik bank konvensional maupun bank syariah bisa dilihat dari semakin banyaknya jaringan kantor, aset, banyaknya produk-produk yang ditawarkan, dan banyaknya Dana Pihak Ketiga (DPK) yang dihimpun dari masyarakat.³

Pembiaayaan Dana Pihak Ketiga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berupa akad wadiah dan akad mudharabbah. Dimana hal tersebut diatur dalam Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, dan diatur secara khusus dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.59 Tentang Akuntansi Perbankan Syariah yang mengatur Wadi'ah dan PSAK No.105 Tentang Mudharabbah.

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.59 yang mengatur Wadi'ah bahwa Dana wadiah diakui sebesar jumlah dana yang dititipkan pada saat terjadinya transaksi.⁴ Penerimaan yang diperoleh atas pengelolaan dana titipan diakui sebagai pendapatan bank dan bukan merupakan unsur keuntungan yang harus dibagikan. Dan juga pengukuran mudharabbah menurut PSAK No.105 bahwa investasi mudharabbah dalam bentuk kas diukur sebesar jumlah yang diberikan pada saat pembayaran dan investasi mudharabbah dalam bentuk aset nonkas diukur sebesar nilai wajar aset nonkas pada saat penyerahan.

³ Nurmala, dan Dewi, Dian Nirmala. *Perbankan Syariah Indonesia dalam Perkembangan dan Permasalahannya*. Jurnal Ilmiah Esai Vol.3 No.1 Januari 2009.

⁴ *Ibid.*

Bank syariah dalam melaksanakan kegiatan usahanya harus berdasarkan prinsip syariah. Dalam perspektif jangka panjang, pengembangan sistem perbankan Syariah diharapkan dapat tetap berpegang pada nilai-nilai Syariah, memiliki peran signifikan dalam sistem perekonomian nasional serta memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Kebijakan pengembangan dapat dilakukan dengan pengembangan jaringan di wilayah-wilayah yang dinilai potensial.⁵ Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, merupakan potensi yang luar biasa sebagai tempat tumbuh berkembangnya kegiatan ekonomi yang berbasis syariah. Peluang dan tantangan pengembangan perbankan syariah juga muncul dengan mulai beroperasinya beberapa bank syariah seperti Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, bank BNI'46 Syariah Prima, Bank Niaga Syariah, Bank Danamon Syariah, Bank Permata Syariah, BII Syariah, Bank BTN Syariah, Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah, dan Bukopin Syariah, serta Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI).

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Bank ini sempat terimbas oleh krisis moneter pada akhir tahun 90-an sehingga ekuitasnya hanya tersisa sepertiga dari modal awal.

IDB (*International Development Bank*) kemudian memberikan

⁵ Prasetyo, Whedy, *Analisis Pelaksanaan.*, h. 9

suntikan dana kepada Bank Muamalat Indonesia, dan pada periode 1999-2002 Bank Muamalat Indonesia dapat bangkit dan menghasilkan laba. Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan dan diperbarui dengan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.⁶

Bertambahnya jumlah bank pada tahun 2009 yang mencapai 2.534 unit, persaingan untuk menarik dana dari masyarakat semakin meningkat.⁷ Bank Umum dan BPR berlomba untuk menarik dana masyarakat sebanyak-banyaknya dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang membutuhkan, baik untuk tujuan produktif maupun konsumtif. Karena bagi sebuah bank, dana merupakan persoalan paling utama, sehingga tanpa dana, bank tidak dapat melaksanakan fungsinya sebagai pihak yang memberikan kredit kepada masyarakat. Sumber dana bank yang berasal dari modal sendiri dan cadangan modal hanya sebesar 7% sampai dengan 8% dari total aktiva bank.⁸

Dana-dana yang dihimpun dari masyarakat merupakan sumber dana terbesar yang paling diandalkan oleh bank yang bisa mencapai 80% sampai dengan 90% dari seluruh dana yang dikelola oleh BPR. Pentingnya sumber dana dari masyarakat luas merupakan sumber dana yang paling utama bagi bank. Dana yang berhasil dihimpun oleh bank justru akan menjadi beban

⁶ Triuwono, Iwan. *Organisasi dan Akuntansi Syari'ah*. (Yogyakarta: LKIS, 2000), Cet. I, h. 54

⁷ Kuncoro, Mudrajad. *Manajemen Perbankan*. Edisi Pertama. (Yogyakarta: BPFE, 2002), h. 29

⁸ *Ibid*

apabila dibiarkan begitu saja tanpa ada alokasi untuk tujuan yang produktif. Berdasarkan kebutuhan itu dan juga untuk memperoleh penerimaan bank dalam rangka menutup biaya-biaya lain serta mendapatkan keuntungan dengan mengalokasikannya untuk *Asset Produktif*, antara lain: kredit, investasi, cadangan likuiditas serta aktiva tetap dan inventaris.⁹

Sumber dana yang juga disebut sumber dana dari pihak ketiga ini di samping mudah untuk mencarinya dan juga tersedia banyak di masyarakat. Untuk memperoleh sumber dana dari masyarakat luas, bank dapat menggunakan strategi promosi yang bertujuan untuk menghimpun dana dari masyarakat. Dalam praktiknya, paling tidak ada tiga macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, promosi melalui Periklanan (*Advertising*). Kedua, melalui Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), ketiga Publisitas (*Publicity*).¹⁰ Ketiga hal ini mutlak harus terpenuhi oleh lembaga bank perkreditan rakyat dan secara sinergis harus diusahakan keberlangsungannya agar bank perkreditan rakyat sebagai lembaga penghimpun dan pengalokasi dana pada masyarakat mampu bertahan dan berkembang dengan pesat.

Tidak sedikit pula lembaga keuangan yang mengalami kebangkrutan karena kalah bersaing dengan lembaga keuangan lain dalam mencari nasabah, salah satu alasan kebangkrutan Bank Perkreditan Rakyat adalah karena jumlah dana yang disalurkan untuk kredit lebih besar dari pada dana yang dihimpun dari masyarakat, hal ini kemungkinan besar disebabkan oleh strategi dan pola

⁹ Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), Edisi Kedua, h. 41

¹⁰ Kuncoro, Mudrajad., *Manajemen Perbankan.*, h. 35

manajemen dalam menarik minat masyarakat untuk menyimpan uang di BPR tersebut tidak berhasil atau gagal karena masyarakat lebih tertarik dengan lembaga keuangan yang menawarkan produk-produk bank yang lebih menarik.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan wawancara dengan bapak Mat Amin selaku Direktur Utama, ibu Merina selaku kepala bagian customer service dan Ifra Siswanto selaku sales promotion departement berkaitan dengan strategi promosi pada PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam meningkatkan dana pihak ketiga, dikatakan bahwa strategi peningkatan dana pihak ketiga telah dilakukan melalui upaya yang strategis dan sistematis yang dibangun melalui tim kerja yang terlatih dan mendapatkan pengawasan dari pihak yang berkompeten sebagai inspektor atau tim ahli dalam upaya peningkatan dana pihak ketiga.

Kegiatan promosi sebagai strategi meningkatkan dana pihak ketiga dilakukan dengan cara melakukan pendekatan terhadap lembaga-lembaga swasta dan bahkan sampai pada pedagang pasar, baik pasar tradisional maupun pasar modern di daerah Lampung.¹¹ Dengan cara demikian diharapkan sekali PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung mampu meningkatkan dana pihak ketiga secara signifikan. Adapun perkembangan dana pihak ketiga pada PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dapat dilihat dalam tabel berikut:

¹¹ Merina dan Ifra Siswanto, kepala bagian customer service dan sales promotion PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Wawancara Tanggal 2 Pebruari 2017.

Tabel.I
Perkembangan Dana Pihak Ketiga
PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung

No	Keterangan	Posisi Bulan Desember		Pertumbuhan
		2015	2016	
1	Asset	5.593.247.329,-	8.884.085.437,-	58,83%
2	Dana Pihak Ketiga	2.559.198.549,-	4.915.521.041,-	92,07%
3	Pembiayaan	2.054.185.545,-	3.887.675.948,-	89,25%
4	Laba – Rugi	(24.957.769)	294.238.035,-	1.278,94%

Dokumentasi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung 2017.

Dilihat dari data yang ada, kenaikan dana pihak ketiga dari tahun 2015-2016 mengalami kenaikan yang pesat. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik dalam menyusun Tugas Akhir ini mengkaji lebih dalam tentang peningkatan dana pihak ketiga dengan mengambil judul “Strategi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga”.

B. Pertanyaan Penelitian

Setelah sebuah masalah diidentifikasi, maka perlu dirumuskan masalahnya. Perumusan ini penting karena hasilnya akan menjadi penuntun bagi langkah-langkah selanjutnya.¹²

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, dan menemukan masalah yang diidentifikasi, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimanakah Strategi yang Dilakukan PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga?”.

¹² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Offset, 1992), h.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Bagaimana strategi yang dilakukan PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga”.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara teoritis penelitian ini merupakan sumbangan pemikiran penulis terutama dalam mengembangkan teori-teori dalam disiplin ilmu perbankan syariah.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara langsung khususnya bagi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung untuk meningkatkan dana dari masyarakat dalam bentuk Dana Pihak Ketiga.

D. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field Research*). Penelitian lapangan adalah penyelidikan mendalam mengenai suatu unit sedemikian rupa sehingga menghasilkan gambaran yang terorganisasikan dengan baik dan lengkap mengenai unit sosial.

Adapun tujuan penelitian lapangan adalah memepelajari secara intensif latar belakang, status terakhir, dan interaksi lingkungan yang terjadi pada satuan sosial seperti individu, kelompok, atau komunitas.¹³

b. Sifat penelitian

Adapun penelitian ini merupakan penelitian deskriptif bersifat kualitatif. Menurut Saifuddin Azwar penelitian deskriptif bertujuan “menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu”.¹⁴ Penelitian ini berusaha menggambarkan situasi atau kejadian yang ada di PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam menghimpun dan mengelola dana dari masyarakat dalam bentuk Dana Pihak Ketiga.

Adapun kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Sifat penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana strategi yang dijalankan oleh PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung menghimpun dan mengelola dana dari masyarakat dalam bentuk Dana Pihak Ketiga.

2. Data dan Sumber Data

a. Data

Menurut Muhammad data adalah “segala informasi yang diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar

¹³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1999),h. 8

¹⁴ *Ibid*, h.7

dalam pengambilan keputusan”.¹⁵

Berdasarkan uraian diatas yang dimaksud data dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari sumber datanya yaitu data yang baik, harus akurat, dan relevan agar mengenai sasaran secara objektif, baik data primer maupun sekunder.

b. Sumber Data

Yang dimaksud sumber data dalam sebuah penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.¹⁶

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer maupun sumber data sekunder.

1) Sumber data primer

Sumber data primer (data tangan pertama) adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sumber informasi yang dicari.¹⁷

Adapun Sumber data primer dalam penelitian ini selaku pemberi informasi adalah bapak Mat Amin sebagai Direktur Utama, ibu Merina Putri sebagai kepala bagian customer service dan Ifra Siswanto sebagai sales promotion departement PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

¹⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Gravindo, 2008), h.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h.102

¹⁷ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, h.91

2) Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Dan data sekunder yang penulis gunakan berasal dari buku-buku yang membahas tentang Dana Pihak Ketiga yang berisi strategi dan produk-produk Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang di pasarkan di masyarakat.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan metode sebagai berikut:

a. Metode Interview

Interview atau wawancara adalah “Suatau bentuk komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi”.¹⁸ Metode interview (wawancara) yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin yang dimaksudkan untuk mendapatkan data tentang strategi peningkatan dana pihak ketiga. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan kerangka wawancara sebagai acuan untuk mendapatkan informasi lebih akurat dan tidak melebar kemasalah lain.

Adapun yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah bapak Mat Amin sebagai Direktur Utama, ibu Merina sebagai kepala bagian customer service, dan Ifra Siswanto sebagai sales promotion departement PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

¹⁸ S.Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta: Bumi Aksara,2006),h.113

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu “Pengumpulan data yang bersumber dari tulisan atau dokumen”.¹⁹ Metode dokumentasi adalah “Cara pengumpulan data melalui penyelidikan benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya”.²⁰

Dalam penelitian ini dokumentasi yang menjadi sumber datanya adalah yang berkaitan dengan dana pihak, serta informasi yang dapat ditemukan melalui media cetak, elektronik dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

Adapun jenis dokumen yang peneliti ambil adalah dokumen resmi dan bukan dokumen pribadi. Dalam perakteknya peneliti diberi dokumen resmi dari pihak Customer Service PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung seperti berdirinya PT BPRS di Bandar Lampung, rincian program perencanaan keuangan, formulir pengajuan, dan rincian transparasi dana.

4. Teknik Analisis Data

Analisi data adalah “Upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang

¹⁹ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian-Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik Edisi ketujuh*, (Bandung: Tarsito, 1994) h.134.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*,h.243

lain”.²¹

Penulis menggunakan data kualitatif yaitu berupa bentuk uraian-uraian yang berangkat dari informasi kepala bagian customer service dan bagian sales promotion departement PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada Tugas Akhir yang berjudul “Strategi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga” adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diawali dengan Latar Belakang Masalah yang berisi pembahasan tentang alasan dalam memilih permasalahan terkait judul dengan mengungkapkan objek kajian, gambaran teori sampai pada permasalahan. Selanjutnya diisi dengan pertanyaan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian dan diakhiri dengan metode penelitian. Pada bagian metode penelitian dijelaskan secara rinci, mulai dari jenis dan sifat penelitian, sumber data yang dijadikan pokok penelitian (primer dan sekunder), teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang; Strategi Pemasaran (meliputi; pengertian strategi pemasaran, *segmenting*, *targeting*, *positioning*, dan bauran pemasaran/*marketing mix*), Dana Pihak Ketiga (meliputi; pengertian

²¹ Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda karya, 2009) h.248

dana pihak ketiga, macam-macam produk dana pihak ketiga, dan macam-macam akad dalam dana pihak ketiga), dan Permasalahan Perkembangan Bank Syariah (berisi tentang pemahaman masyarakat yang belum tepat terhadap kegiatan operasional Bank Syariah, peraturan perbankan yang berlaku belum sepenuhnya mengakomodasi operasional bank syariah, jaringan kantor bank syariah yang belum luas, dan sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bank syariah masih sedikit).

3. BAB III PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum obyek penelitian, yang berisi sejarah singkat obyek penelitian, visi misi dan tujuan perusahaan, sumberdaya manusia yang ada, struktur organisasi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, dan temuan khusus penelitian..

4. BAB IV PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran, baik bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lainnya yang membutuhkan untuk digunakan sebagai bahan referensi yang bertujuan untuk perbaikan kinerja dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAR TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Istilah strategi berasal dari kata Yunani *stratēgia* (*stratos* = militer, dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seseorang jenderal. Strategi dapat diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.¹

Strategi juga dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.²

Sedangkan pengertian pasar menurut Philip Kotler dilihat dari beberapa sisi antara lain:³

- a. Dalam pengertian aslinya: pasar adalah suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa.

¹Fandy Tjuptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h.3

²Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.5.

³Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), h.45- 46.

- b. Bagi seorang ekonom: pasar mengandung arti semua pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas barang atau jasa tertentu.
- c. Bagi seorang pemasar: pasar adalah himpunan dari semua pembeli nyata dan pembeli potensial daripada suatu produk.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.⁴ Sedangkan pemasaran menurut Siswanto Sutojo adalah usaha menjuruskan dana dan daya milik perusahaan ke arah pemberian kepuasan kepada para pembeli, dengan maksud agar perusahaan dapat menjual hasil produksi, memperoleh laba dan mencapai tujuan perusahaan yang lain.⁵

Banyak definisi yang dikemukakan oleh para pakar marketing. Beberapa definisi pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa para ahli, antara lain:⁶

- a. Menurut Abdullah Amrin, pemasaran syariah harus mengandung nilai- nilai iman yang merupakan kependekan dari *ikhtiar*, *manfaat*, *amanah*, dan *nikmat*.⁷

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), 5

⁵ Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1988), h.1.

⁶ Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*,...h. 3-5

⁷ Abdullah Amrin, *Pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta: Grasindo, 2007), h.6

- b. Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.
- c. William J. Stanton mendefinisikan pemasaran dalam dua pengertian dasar yaitu:

- 1) Dalam arti kemasyarakatan

Pemasaran adalah setiap kegiatan tukar-menukar yang bertujuan untuk memuaskan keinginan manusia. Dalam konteks ini kita perlu melihat dalam wawasan yang lebih luas yaitu:

- a) Siapa yang digolongkan sebagai pemasar
- b) Apa yang dipasarkan
- c) Siapa target atau sasaran pasar

- 2) Dalam arti bisnis

Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, memberi harga, mempromosikan, dan mendistribusikan jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.

Melihat definisi strategi dan pemasaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan,

dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.⁸

Seberapa banyak dana berhasil dihimpun dan seberapa baik dalam pengalokasian dana serta produk bank lainnya sangat dipengaruhi oleh kemampuan dan strategi pasar yang dianut oleh suatu bank, yaitu sebagai berikut:⁹

- a. Strategi pemasaran yang diterapkan untuk ini ada beberapa alternatif pilihan, yaitu:
 - 1) *Penetrasi pasar*, yaitu upaya memasarkan produk yang telah ada di pasar
 - 2) *Pengembangan produk*, yaitu melalui pengembangan produk baru untuk memenuhi permintaan atau kebutuhan pasar yang telah ada
 - 3) *Pengembangan pasar*, yaitu memasarkan produk yang telah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar baru yang akan dikembangkan
 - 4) *Diversifikasi pasar*, yaitu mengembangkan produk baru untuk memenuhi pasar baru
- b. Rencana strategi pemasaran
 - 1) Menentukan *segment* pasar, melalui pengelompokkan dari pasar heterogen menjadi pasar yang homogen.
 - 2) Memilih pasar yang paling menguntungkan dari beberapa satuan pasar dengan “menetapkan pasar sasaran”, seperti

⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, h.5.

⁹ Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 572-

mengelompokkan menjadi *segment* pasar: areal bisnis (perkantoran, pertokoan), lingkungan perguruan tinggi.

- 3) Mengidentifikasi posisi pasar yang telah ada dipasar dengan “menentukan posisi pasar” untuk menentukan posisi secara tepat.
- 4) Memilih strategi yang tepat yang akan dipergunakan dalam memasuki pasar (misalnya: melalui ATM bersama, promosi bersama, mengembangkan produk sendiri yang telah ada, memodifikasi produk yang telah ada).
- 5) Memilih instrumen yang tepat dalam menarik minat masyarakat melalui “pengembangan bauran pemasaran”.
- 6) Memilih waktu yang tepat dalam memasarkan produk bank (seperti: selama bulan ramadhan, lebaran atau liburan sekolah).

c. Fungsi strategi pemasaran bagi perusahaan

- 1) Sebagai respon organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus bisnis.
- 2) Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.
- 3) Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan

lingkungan bisnis, memberikan kesatuan arah bagi semua citra internal perusahaan.

- 4) Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.
- 5) Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.

2. *Segmenting, Targeting, Positioning*

Tujuan utama strategi *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* adalah memposisikan suatu *merk* dalam benak konsumen sedemikian rupa sehingga *merk* tersebut memiliki keunggulan kompetitif berkesinambungan. Konsep *segmenting* pasar pertama kali diperkenalkan oleh Wendell R. Smith pada tahun 1956 dalam artikel terkenalnya berjudul “*Product Differentiation and Market Segmenttation as Alternative Marketing Strategies*” yang dimuat di *Journal of Marketing*.¹⁰

a. *Segmenting*

Segmenting atau segmentasi adalah proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok yang sama dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan atau respon terhadap program pemasaran spesifik. *Segmenting* pasar merupakan konsep

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Ibid*, h. 11

pokok yang mendasari strategi pemasaran perusahaan dan pengalokasian sumber daya yang harus dilakukan dalam rangka mengimplementasikan program pemasaran.¹¹ *Segment* pasar terdiri dari sekelompok pelanggan yang memiliki kesamaan dalam hal tuntutan kepuasan terhadap suatu produk.

b. Targeting

Targeting merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa *segment* pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan. Kriteria evaluasi yang digunakan meliputi ukuran dan potensi pertumbuhan *segment*, karakteristik struktural *segment*, dan kesesuaian antara produk dan pasar.

c. Positioning

Positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan dalam rangka meraih tempat khusus dan unik dalam benak pasar sasaran sedemikian rupa sehingga dipersepsikan lebih unggul dibandingkan para pesaing. Untuk menciptakan positioning yang tepat untuk suatu produk, pemasar harus mengkomunikasikan dan memberikan manfaat-manfaat tertentu yang dibutuhkan pasar sasaran.¹² Secara garis besar, implementasi positioning terdiri atas tiga

¹¹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik edisi kedua*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), 150.

¹² *Ibid*, h.158

langkah utama yang saling berkaitan erat, yaitu:

- 1) Memilih konsep positioning
- 2) Merancang dimensi atau fitur yang paling efektif dalam mengkomunikasikan posisi
- 3) Mengkoordinasikan komponen-komponen pada bauran pemasaran untuk menyampaikan pesan secara konsisten.

3. Bauran Pemasaran (*marketing mix*)

Bauran pemasaran adalah campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan, yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran.¹³ Artinya, bauran pemasaran merupakan suatu bagian dari alat pemasaran dimana digunakan pada suatu badan usaha untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran dan dapat memuaskan keinginan dari konsumen dengan menggunakan alat-alat sebagai berikut:

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasaran untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi. Istilah produk mencakupi benda-benda fisik, jasa-jasa, kepribadian, tempat-tempat, organisasi, dan ide-ide.¹⁴ Menurut Simorangkir produk perbankan adalah instrument atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang dijual

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1994), h.94.

¹⁴ Philip kotler, *Manajemen Pemasaran II*, (Jakarta: Erlangga, 1983), h.3.

oleh bank sangat banyak, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah.

Dalam menentukan produk bank yang akan ditawarkan ke pasar, para eksekutif bank terlebih dahulu harus melakukan perencanaan produk. Produk bank dapat dibedakan atas dasar penggolongan sebagai berikut:

- 1) Penggolongan produk berdasarkan pelayanannya
- 2) Penggolongan produk berdasarkan jenis konsumen seperti pedagang besar, pedagang kecil, *eksportir*, lembaga pemerintah, lembaga keuangan dan bank lain, perorangan dan lain-lain.
- 3) Penggolongan produk berdasarkan pola pembelian, misalnya dalam pelayanan simpanan giro cara pengambilannya bisa secara tunai, *cek*, ataupun *giro bilyet*.

b. Harga

Produk bank dapat dibedakan antara:

- 1) Produk pada sisi passiva dari neraca bank, seperti tabungan, giro dan deposito atau simpanan masyarakat.
- 2) Produk pada sisi aktiva dari neraca bank seperti kredit.

Dengan perbedaan yang demikian, penetapan harga dari masing- masing produk sangat bertolak belakang. Harga produk bank dari sisi *passiva* (simpanan masyarakat sebagai nasabah) diusahakan serendah- rendahnya atau murah, sedangkan pada

sisi aktiva (kredit yang diberikan kepada debitur kredit) diusahakan tinggi agar terhindar terjadinya *negative spread*. Penetapan strategi harga bagi produk-produk perbankan ditentukan antara lain oleh:

- a) *Cost of loanable funds* yang diperhitungkan serendah mungkin
 - b) Tingkat suku bunga SBI serta ketentuan Bank Indonesia yang berlaku
 - c) Tingkat harga yang dipasang oleh pesaing
 - d) Profit margin yang layak
- c. Tempat

Dalam bisnis perbankan, sebagai salah satu jenis bisnis yang menawarkan jasa. Faktor tempat sangat mempengaruhi pertimbangan dalam mendirikan sebuah cabang baru. Pada bisnis perbankan tradisional, jaringan pemasaran lebih dititik beratkan pada perbedaan fungsi kontrol terhadap pelaksanaan perdagangan jasa perbankan yang ditentukan berdasarkan pertimbangan struktur organisasi, pembagian wilayah, serta kewenangan dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, dalam bisnis perbankan dikenal dengan adanya kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan seterusnya.¹⁵

Lokasi atau tempat usaha harus mudah ditemukan oleh target pasar yang dituju. Dan lokasi sebaiknya diperhatikan oleh

¹⁵ Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*,, h.175-177.

wirausaha, karena bisa jadi pemilihan lokasi tempat usaha yang buruk dapat berakibat langsung pada kegagalan dari usaha yang dijalankan.

d. Promosi

Di dalam dunia pemasaran, kegiatan memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada para pembeli, lazim disebut kegiatan promosi.¹⁶ Artinya, promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang penting dilaksanakan oleh badan usaha dalam memasarkan barang dan jasa hasil produksinya.

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan informasi dan mempengaruhi pasar tentang adanya suatu produk yang baik pada tempat yang tepat dengan harga yang memadai dan juga meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut dapat memberikan kepuasan yang konsumen inginkan.

Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan secara langsung menghubungi calon nasabah atau melalui media komunikasi massa seperti koran, majalah, televisi, radio, bioskop, papan reklame, layar, dan gambar tempel. Selain itu kegiatan promosi penjualan ini juga dapat dilakukan dengan mengadakan atau mengikuti pameran.

Tujuan digunakan strategi promosi ini adalah untuk mempromosikan bank sebagai suatu *image* dan

¹⁶ *Ibid*, h.78

mempromosikan salah satu produk unggulan dari bank yang bersangkutan.¹⁷Oleh karena itu untuk meluncurkan suatu produk baru, seorang manajer harus berhati-hati dalam memilih alat promosi yang tepat dalam menyampaikan pesan mengenai produknya pada konsumen agar tercapai tujuan promosi produk dengan efektif dan efisien. Ada empat jenis alat promosi, yaitu: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), penjualan tatap muka(*personal selling*).

1) Periklanan (*advertising*)

Periklanan merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi non personal tentang ide-ide, barang dan jasa yang dibiayai oleh sponsor tertentu.¹⁸

Bentuk-bentuk periklanan seperti pemasangan iklan di surat kabar, televisi, majalah, brosur, dll.

2) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi isentif jangka pendek pada perdagangan atau konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan/menciptakan penjualan.

Macam kegiatan *sales promotion*: pemberian kupon berhadiah, sampel, bonus, display, pertunjukan, pameran, demonstrasi, dan peragaan.

¹⁷ Lukman Dendiwijaya, *Manajemen Perbankan edisi kedua*, (Bogor: Bhalira Indonesia, 2005), h.54

¹⁸ *Ibid*, h. 56

3) Publisitas (*publicity*)

Publisitas merupakan berita mengenai keberadaan produk atau badan usaha di media massa dimana berita tersebut tidak disponsori oleh badan usaha sendiri melainkan pihak diluar badan usaha yang meliput berita tersebut.

Public relation merupakan program bervariasi yang dibuat untuk meningkatkan, memelihara atau melindungi citra suatu badan usaha atau produk pada konsumen/masyarakat.

Macam kegiatan hubungan masyarakat: pidato, menjadi sponsor dalam acara tertentu atau sebagai donasi, perolehan penghargaan.

4) Penjualan Langsung (*personal selling*)

Personal selling merupakan bentuk komunikasi langsung penjual dengan konsumen.

Dalam komunikasi ini, penjual secara langsung dapat memperoleh umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli melalui kata-kata, gerakan tubuh, dan ekspresi konsumen.¹⁹

Kegiatan *personal selling* dilakukan dengan tujuan untuk menanamkan pilihan konsumen, keyakinan konsumen dan tindakan konsumen dalam proses pembelian perumahan.

Pada umumnya kegiatan *personal selling* bersifat aktif atau tenaga jual yang mencari konsumen, misalnya produk

¹⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran...* hal. 65

kosmetik yang dijual dari rumah ke rumah.

Ke-empat aspek pemasaran dapat menjadi pemikiran awal bagi seorang wirausaha sehingga dia dapat memiliki perhitungan yang matang sebelum menanamkan investasinya. Karena pemasaran bukanlah ilmu pasti seperti keuangan, teori bauran pemasaran juga terus berkembang. Dalam perkembangannya, dikenal juga istilah 7P dimana 3P yang selanjutnya adalah *People* (Orang), *Physical Evidence* (Bukti Fisik), *Process*.²⁰

Pemasaran lebih dipandang sebagai seni daripada ilmu, maka seorang ahli pemasaran tergantung pada lebih banyak pada ketrampilan pertimbangan dalam membuat kebijakan dari pada berorientasi pada ilmu tertentu.

Pandangan ahli ekonomi terhadap pemasaran adalah dalam menciptakan waktu, tempat dimana produk diperlukan atau diinginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (konsep pemasaran).

e. *People*

People merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal.

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*..hal. 67

Kemampuan *knowledge* (pengetahuan) yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar.

Faktor penting lainnya yang juga perlu diperhatikan dalam *people* adalah *attitude* dan *motivation* dari karyawan dalam industri jasa. *Moment of truth* akan terjadi pada saat terjadi kontak antara karyawan dan konsumen.²¹ *Attitude* sangat penting, dapat di aplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*, ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang di ekspetasikan

f. Process

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

²¹ McCarthy, E. Jerome & Wiliam D. Perreault. *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Kelima). (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1993). Hal. 39

g. *Physical Evidence*

Physical Evidence merupakan bagian dari bukti fisik, karakteristik yang menjadi persyaratan yang bernilai tambah bagi konsumen dalam perusahaan jasa yang memiliki karakter.²² Perhatian terhadap desain *interior* pada sebuah perusahaan, perlengkapan bangunan, termasuk *lightning system*, dan tata ruang yang lapang menjadi perhatian khusus dan sangat penting, karena dapat mempengaruhi *mood* pengunjung. Bangunan harus dapat menciptakan suasana yang menjadi daya tarik dengan memperhatikan *ambience* sehingga memberikan pengalaman kepada pengunjung dan dapat memberikan nilai tambah bagi pengunjung, khususnya menjadi syarat utama perusahaan jasa dengan kelas *market* khusus.

B. Dana Pihak Ketiga

1. Pengertian Dana Pihak Ketiga

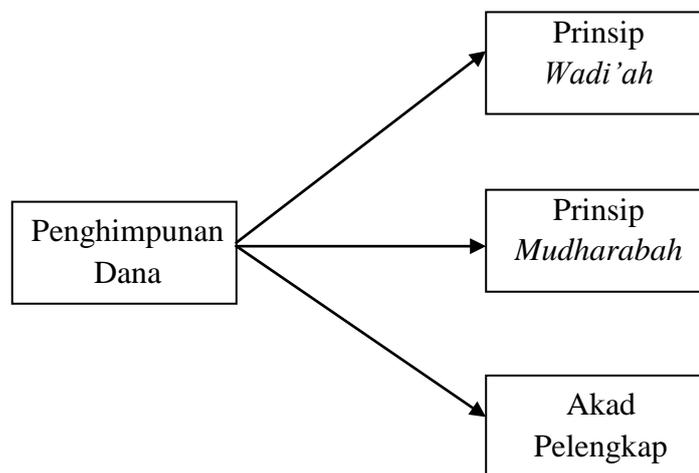
Dana pihak ketiga adalah dana yang berasal dari masyarakat luas yang merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional suatu bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasionalnya dari sumber dana ini.²³ Dana pihak ketiga ini dihimpun oleh bank dengan melalui berbagai macam produk dana yang ditawarkan kepada masyarakat luas yang menaruh kepercayaan terhadap bank yang

²² *Ibid*, h. 40

²³ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 64.

bersangkutan untuk menyimpan dan memutarakan uangnya untuk kemudian ditarik kembali pada saat jatuh temponya dengan imbalan bunga maupun capital gain dari bank tersebut.²⁴

Penghimpunan dana pada bank syariah dapat berbentuk tabungan, giro, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*.



Gambar 1. Penghimpunan Dana Perbankan Syariah

2. Macam-Macam Produk Dana Pihak Ketiga

Bank Perkreditan Rakyat Syariah memiliki berbagai macam produk dana pihak ketiga yang bertujuan untuk memberikan pilihan kepada nasabah sesuai dengan tujuan dan kemampuan dana yang dimiliki nasabah. Lahirnya produk dana ketiga tentu saja di dasarkan pada hasil penelitian dan pengamatan, animo calon nasabah dan

²⁴ Teguh Pudjo Muljono, *Bank Budgeting Profit Planning dan Control*, (Yogyakarta: BPFE, 1996), h.153

kecenderungan pangsa pasar yang ada.

Disamping itu lahirnya produk dana pihak ketiga harus rasional dan bisa menjawab kebutuhan nasabah. Adapun beberapa produk dana pihak ketiga adalah:²⁵

- a. Tabungan adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu.
 - b. Giro adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cek, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.
 - c. Deposito atau simpanan berjangka adalah simpanan pihak ketiga pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu menurut perjanjian antara pihak ketiga dan bank yang bersangkutan.
3. Macam-macam Akad dalam Dana Pihak Ketiga

a. *Wadi'ah*

1) Pengertian *Wadi'ah*

Wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip

²⁵ Muchdarsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank edisi kedua*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1993), h.88-91.

menghendaki.²⁶

Secara etimologi *wadi'ah* berarti titipan (*amanah*). Kata *al-wadi'ah* berasal dari *wada'a* (*wada'a-yada'u-wad'an*) yang berarti membiarkan atau meninggalkan sesuatu. Singkatnya *wadi'ah* adalah sesuatu yang dititipkan.

Secara terminologi, *wadi'ah* memiliki dua definisi besar yang dikemukakan ulama fiqih madzab Hanafiyah berpendapat bahwa *wadi'ah* bermakna penitipan (merupakan suatu hal dari mengikutsertakan orang lain dalam menjaga barangnya. Sedangkan Syafiiyah, Hanabilah dan Malikiyah cenderung mengartikan *wadi'ah* dengan arti mewakilkan orang lain untuk memelihara harta tertentu dengan cara tertentu.²⁷

Berdasarkan istilah *wadi'ah* disimpulkan sebagai akad yang dilakukan oleh dua pihak dalam hal penitipan barang agar dijaga dengan baik. Sementara itu, UU No 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah merumuskan akad *wadi'ah* ini sebagai penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan. Hal itu bertujuan menjaga keselamatan,

²⁶ Ritonga dkk, *Ekonomi SMA*, (Jakarta: Erlangga, 2005), h.177.

²⁷ Fahmi Lubis, "Wadiah", dalam <http://fachmieloebiez.blogspot.com/2013/06/wadiah.html> diakses pada tanggal 23 September 2017, pukul.09:01 Wib.

keamanan, dan keutuhan barang atau uang.²⁸

2) Landasan Hukum Wadi'ah

Asal hukum *al-wadi'ah* adalah boleh (*mubah*). Syarat bagi pihak yang diberi tanggung jawab dalam pemeliharaan kepemilikan orang lain tersebut harus terdapat jaminan dalam penjagaannya. Dalam hal ini, jumbuh ulama fiqih sependapat mengenai *wadi'ah* sebagai salah satu akad dalam rangka tolong menolong antara sesama manusia. Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 58 menyebutkan:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا .

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (QS. An-Nisa ayat 58).²⁹

Menurut para ahli tafsir, ayat ini berkaitan dengan penitipan kunci Ka'bah kepada Usman ibn Thalhah (seorang sahabat Nabi) sebagai amanat dari Allah swt. Dalam surah Al-Baqarah ayat 283 disebutkan:

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً﴾

²⁸ Undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

²⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh), h.128.

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ
 اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ
 وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۨ۸۳

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Baqarah ayat 283).³⁰

Dasar *ijma'* yaitu ulama sepakat diperbolehkannya *wadi'ah*. Ia termasuk ibadah sunah. Dalam kitab *Mubdi*, disebutkan *ijma* dalam setiap masa memperbolehkan *wadi'ah*. Dalam kitab *Isfah* juga disebutkan bahwa ulama sepakat bahwa *wadi'ah* termasuk ibadah sunah dan menjaga barang titipan itu mendapatkan pahala.³¹

Sedangkan, Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No: 01/DSN MUI/IV/2000 menetapkan bahwa giro yang dibenarkan oleh syara adalah giro berdasarkan prinsip *mudlarabah* dan *wadi'ah*.

Demikian juga, tabungan *wadi'ah* dapat dibenarkan.

Hal ini berdasarkan Fatwa DSN No: 02//DSN-MUI/IV/2000

³⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh), h.71.

³¹ Abdullah bin Muhammad ath-Thayyar, *Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab* (Yogyakarta: Maktabah al-Hanif, 2009), h.390.

yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.³²

3) Rukun dan Syarat *Wadi'ah*

a) Rukun *Wadi'ah*

Menurut jumhur ulama, rukun *wadi'ah* ada tiga, yaitu (1) orang yang berakad, (2) barang titipan, dan (3) *sigah, ijab* dan *qabul*.³³

b) Syarat *Wadi'ah*

Dalam hal ini, persyaratan *wadi'ah* mengikat antara *muwaddi'*, *wadi'* dan *wadi'ah*. *Muwaddi'* dan *wadi'* disyaratkan harus sama-sama dewasa, berakal, dan dewasa. Sementara itu, *wadi'ah* disyaratkan harus berupa suatu harta yang berada dalam kekuasaan/tangannya secara nyata. Dari tiga persyaratan mengikat di atas, masing-masing syarat juga memiliki syarat lain, yaitu :

(1) Syarat-syarat benda yang ditiptkan, yaitu:³⁴

(a) Benda yang ditiptkan disyaratkan harus benda yang bisa disimpan. Apabila benda tersebut tidak bisa disimpan, seperti burung di udara atau benda

³² Fatwa DSN MUI tersebut terdapat dalam: http://www.mui.or.id/index.php?option=com_content&view=article&id=149:fatwa-dsn-mui-no-02dsn-muiiv2000-tentang-t-a-b-u-n-g-a-n-&catid=57:fatwa-dsn-mui diakses pada 30 Desember 2016, pukul 09:35Wib.

³³ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h.111.

³⁴ Abdurrahman al-Jaziri, *Al-Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah*, Juz 3 (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah, 2004), h.249.

yang jatuh ke dalam air, *wadi'ah* tidak sah. Sementara itu, apabila hilang, tiada kewajiban untuk mengganti. Syarat ini dikemukakan oleh ulama-ulama Hanafiah.

- (b) Syafiiyah dan Hanabilah mensyaratkan benda yang dititipkan harus benda yang mempunyai nilai (*qimah*) dan dipandang sebagai *mal*, walaupun berupa benda tersebut merupakan benda najis. Misalnya, anjing yang bisa dimanfaatkan untuk berburu atau menjaga keamanan. Apabila benda tersebut tidak memiliki nilai, seperti anjing yang tidak ada manfaatnya, *wadi'ah* tersebut tidak sah.

(2) Syarat *Shigat*

Sighat adalah ijab dan qabul. Syarat *sighat* adalah *ijab* harus dinyatakan dengan ucapan dan perbuatan. Ucapan adakalanya tegas (*sharih*) dan adakalanya dengan sindiran (*kinayah*). Malikiyah menyatakan bahwa lafal dengan kinayah harus dengan disertai niat, misalnya lafal yang *sharih*: "Saya menitipkan barang ini kepada Anda". Sedangkan, lafal sindiran "Berikan kepadaku mobil ini". Pemilik mobil menjawab, "Saya berikan mobil ini kepada Anda".

Kata "berikan" mengandung arti *hibah* dan *wadi'ah* (titipan).³⁵

- (3) Syarat orang yang menitipkan (*al-mudi*)
 - (a) Berakal. Berakal dalam fiqh diartikan sebagai orang yang dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Sehingga dari definisi tersebut orang gila dan anak kecil yang masih belum mengerti baik dan buruk tidak termasuk dalam kategori berakal (*Mumayyiz*).
 - (b) Baligh. Syarat ini dikemukakan oleh ulama Syafiiyah. Dengan demikian menurut Syafiiyah, *wadi'ah* tidak sah apabila dilakukan dengan anak yang belum balig. Tetapi menurut Hanafiah, balig tidak menjadi syarat *wadi'ah* sehingga bagi kalangan Hanafiah *wadi'ah* tanpa adanya kebaligan hukumnya sah dengan syarat sesuatu yang dilakukan oleh anak *mumayyiz* dan atas persetujuan dari walinya.
- (4) Syarat orang yang dititipi (*al-muda*)
 - (a) Berakal. Berakal dalam fiqh diartikan sebagai orang yang dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk. Sehingga dari definisi

³⁵ *Ibid.* h. 250

tersebut orang gila dan anak kecil yang masih belum mengerti baik dan buruk tidak termasuk dalam kategori berakal (*Mumayyiz*).

- (b) Baligh. Syarat ini dikemukakan oleh Jumhur ulama. Akan tetapi, Hanafiah (ulamak Hanafiah) tidak menjadikan balig sebagai syarat untuk orang yang dititipi, tetapi cukup ia sudah mumayyiz.
- (c) Malikiyah mensyaratkan orang yang dititipi harus orang yang diduga kuat, mampu menjaga barang yang dititipkan kepadanya.

4) Hukum Menerima Benda Titipan

Menurut keadaannya, hukum menerima *wadi'ah* ada empat yaitu:³⁶

a) Wajib

Hukum menerima *wadi'ah* wajib bagi orang yang sanggup diserahi (dititipi) oleh orang lain dan hanya dia satu-satunya orang yang dipandang sanggup. Begitu juga, apabila orang yang menitipi itu dalam keadaan darurat.

b) Sunah

Hukum menerima *wadi'ah* sunah bagi orang yang merasa sanggup diserahi suatu amanat. Sehingga, ia dapat

³⁶ Labib Mz Harniawati, *Risalah Fiqih Islam* (Surabaya: Bintang Usaha Jaya, 2006), h.773.

menjaga barang yang diamanatkan dengan sebaik-baiknya.

c) Makruh

Hukum menerima *wadi'ah* makruh bagi orang yang sanggup, namun tidak memiliki kepercayaan diri dalam menjaga amanat itu dengan baik. Sehingga, dimungkinkan dilain hari tidak dapat mempertanggungjawabkan.

d) Haram

Hukum menerima *wadi'ah* haram bagi orang yang benar-benar tidak sanggup untuk disertai suatu amanat.

5) Rusak dan Hilangnya Benda Titipan

Jika orang yang menerima titipan mengaku bahwa benda-benda titipan telah rusak tanpa unsur kesengajaan darinya, ucapan tersebut harus disertai dengan sumpah supaya perkataan itu kuat kedudukannya menurut hukum. Namun demikian, Ibn al-Munzil berpendapat bahwa pernyataan orang bersangkutan sudah dapat diterima ucapannya secara hukum tanpa dibutuhkan adanya sumpah.

Menurut Ibn Taimiyyah, apabila seseorang yang memelihara benda-benda titipan mengaku benda-benda titipan dicuri, sedangkan pada kenyataannya tidak, orang yang menerima benda titipan wajib menggantinya.³⁷ Seperti

³⁷ Hendi Sufendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002), h.185.

ditegaskannya dalam kitab *Mukhtasar al- Fatawa*: "Barang siapa mengaku bahwa dia menjaga barang titipan bersama hartanya, kemudian barang itu dicuri, sementara hartanya sendiri tidak, maka ia wajib bertanggung jawab.

6) Kecerobohan yang Menyebabkan Tanggungan

Pada dasarnya, orang yang disertai suatu amanat itu tidak berhak untuk menanggung risiko apapun, baik barang yang diamanatkan itu rusak maupun hilang. Hal ini berdasarkan hadis yang diriwayatkan oleh Ibn Majah dari Amr ibn Syu'abi dari ayahnya dari kakeknya, Nabi Muhammad saw bersabda: "Barang siapa yang menerima titipan, maka baginya tidak usah ada jaminan." Akan tetapi, kerusakan dan kehilangan barang yang diamanatkan itu yang disebabkan oleh kecerobohan, maka wajib bagi orang yang diberi tanggung jawab atas barang titipan tersebut untuk menanggungnya. Hal itu dapat dilakukan dengan cara mengganti atau memperbaiki barang tersebut. Adapun bentuk kecerobohan dari orang yang disertai amanat yang sangat mengakibatkan timbulnya tanggungan sebagai berikut:

- (a) tidak disimpan di tempat yang wajar,
- (b) dititipkan kepada orang lain tanpa seizin pemiliknya,
- (c) dipergunakan tanpa izin pemiliknya sehingga rusak,
- (d) disia-siakan,

- (e) tidak terlalu memperhatikan dalam pemeliharaan sehingga hilang,
- (f) berkhianat, maksudnya ketika pemiliknya mengambil barang tersebut ia tidak memberikannya,
- (g) bila penerima amanat dalam keadaan sakit parah tidak meninggalkan wasiat, ahli warisnya tidak mengetahui kalau orang tuanya disertai amanat oleh seseorang.

Wadi'ah berakhir ketika salah satu dari pihak meninggal dunia atau gila atau meminta berhenti, baik itu orang yang memberi amanat (menitipkan) maupun orang yang disertai amanat tersebut.

7) Pembagian *Wadi'ah*

Secara umum, terdapat dua jenis *wadi'ah*, yaitu:

a) *Wadi'ah yad al-amanah (Trustee Defostery)*

Al-wadi'ah yad al-amanah adalah barang atau harta yang ditiptkan oleh pihak pertama (penitip) kepada pihak lain (bank) untuk memelihara (disimpan) barang atau uang tanpa mengelola barang atau harta tersebut. Pihak lain (bank) tidak dibebankan terhadap kerusakan atau kehilangan pada barang atau harta titipan selama hal tersebut. Aplikasinya di perbankan, yaitu *safe deposit box*.³⁸

³⁸ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, h.110.

Wadi'ah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- (1) Harta atau barang titipan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
- (2) Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya.
- (3) Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebankan biaya kepada yang menitipkan.
- (4) Mengingat barang atau harta yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan oleh penerima titipan, aplikasi perbankan yang memungkinkan untuk jenis ini adalah jasa penitipan atau *safe deposit box*.

b) *Wadi'ah yad adh-dhamanah* (*Guarantee Depository*)

Wadi'ah ini merupakan barang atau harta yang dititipkan oleh pihak pertama (nasabah) kepada pihak lain (bank). Pihak lain bertugas untuk memelihara barang atau harta disertai pemanfaatannya dengan seizin pemilik dan menjamin untuk mengembalikan titipan tersebut secara utuh setiap saat. Konsekuensi *wadi'ah* ini adalah jika uang tersebut dikelola pihak lain (bank) dan mendapat keuntungan, seluruh keuntungan menjadi milik pihak lain

(bank). Di samping itu, bank boleh memberikan bonus atau hadiah pada pihak pertama (nasabah) dengan dasar tidak ada perjanjian sebelumnya. Aplikasinya di perbankan, yaitu tabungan dan giro tidak berjangka.³⁹

Wadi'ah jenis ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- (1) Harta atau barang titipan boleh dimanfaatkan oleh yang menerima titipan.
- (2) Karena dimanfaatkan, barang dan harta yang ditiptkan tersebut tentu dapat menghasilkan manfaat. Sekalipun demikian, tidak ada keharusan bagi penerima titipan untuk memberikan hasil manfaat kepada si penitip.
- (3) Produk perbankan sesuai dengan akad ini.

Prinsip *wadi'ah yad adh-dhamanah* inilah yang secara luas kemudian diaplikasikan dalam dunia perbankan syari'ah dalam bentuk produk-produk pendanaan.

c) *Wadi'ah Yad al-Amanah* Berubah Menjadi *Wadi'ah Yad adh-dhamanah*

Perubahan *wadi'ah* yang bersifat *amanah* berubah menjadi *wadi'ah* yang bersifat *djamanah* (ganti rugi)

³⁹ Nasroen Harun, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gema Media Pratama, 2007), h.103

disebabkan beberapa kemungkinan. Kemungkinan-kemungkinan tersebut antara lain:⁴⁰

- (1) Barang titipan tidak dipelihara oleh pihak yang dititipi. Sehingga, bila terdapat seseorang yang hendak merusak barang/benda titipan, penerima titipan tidak dapat mencegahnya, maka *wadi'ah ama>nah* akan menjadi *d}amanah*.
- (2) Barang atau benda titipan itu dimanfaatkan oleh penerima titipan sehingga rusak atau hilang. Dalam perjanjiannya, barang titipan tersebut seharusnya dipelihara bukan dimanfaatkan.
- (3) Orang yang dititipi mengingkari ada barang titipan kepadanya. Oleh sebab itu, sebaiknya dalam akad *wadi'ah* disebutkan jenis barangnya dan jumlahnya ataupun sifat-sifat lain sehingga apabila terjadi keingkaran dapat ditunjukkan buktinya.
- (4) Orang yang menerima titipan mencampuradukkan barang titipan dengan barang pribadinya sehingga (sekiranya ada yang rusak atau hilang) sukar untuk menentukan.
- (5) Orang yang menerima titipan itu tidak menepati syarat-syarat yang dikemukakan oleh penitip, seperti

⁴⁰ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam: Fiqh Mu'amalat* (Jakarta: Rajawali Pers, 2003), h.249.

tempat penyimpanan dan syarat-syarat lainnya.

Dalam *wadi'ah yad ad-djamanah* pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. karena *wadiah* yang diterapkan dalam produk giro perbankan ini juga disifati dengan *yad adh-dhamanah*, maka nasabah disini bertindak sebagai yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai yang dipinjami.⁴¹

Ketentuan umum dari produk ini adalah:

- (1) Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh diperjanjikan dimuka.
- (2) Bank harus membuat akad pembukaan rekening yang isinya mencakup izin penyaluran dana yang disimpan dan persyaratan lain yang disepakati selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Khusus bagi pemilik rekening giro, bank dapat memberikan buku

⁴¹ Fahrur Ulum, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2011), h. 103-104.

cek, bilyet giro, dan debit card.

- (3) Terhadap pembukaan rekening ini bank dapat mengenakan pengganti biaya administrasi untuk sekedar menutupi biaya yang benar-benar terjadi.
- (4) Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan rekening giro dan tabungan tetap berlaku selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

b. *Mudharabah*

1) Pengertian *Mudharabah*

Arti *mudharabah* atau *qiradh* termasuk salah satu bentuk akad *syirkah* (perkongsian). Istilah *mudharabah* digunakan oleh orang Irak, sedangkan orang Hijaz menyebutnya dengan istilah *qiradh*. Menurut bahasa *qiradh* berarti potongan, sebab pemilik memberikan potongan dari hartanya untuk diberikan kepada pengusaha agar mengusahakan harta tersebut, dan pengusaha akan memberikan potongan laba yang diperoleh. Dalam pengertian *mudharabah* menurut istilah adalah pemilik harta (*shahibul maal*) menyerahkan modal kepada pengusaha untuk berdagang dengan modal tersebut, dan laba dibagi diantara keduanya berdasarkan persyaratan yang disepakati.⁴²

⁴² Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 223-224

2) Landasan Hukum *Mudharabah*

a) *Al Qur'an*

Landasan hukum *mudharabah* antara lain terdapat dalam surat An Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ 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. (QS. An Nisa' ayat 29)⁴³

Selanjutnya dalam surat Al Maidah ayat 1 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ﴿١﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. (QS. Al Maidah ayat 1)

b) *Ijma'*

Diantara *ijma'* dalam *mudharabah*, adanya riwayat yang menyatakan bahwa jamaah dari sahabat menggunakan harta anak yatim untuk *mudharabah*. Perbuatan tersebut tidak ditentang oleh sahabat lainnya.⁴⁴

⁴³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh), h. 990.

⁴⁴ Alauddin al-Kasani, *Bada'i Ash-Shana'i fi Tartib Asy-Syara'i*, juz VI, 79

c) *Qiyas*

Mudharabah diqiyaskan kepada *al-musyaqah* (menyuruh seseorang untuk mengelola kebun). Selain diantara manusia, ada yang miskin dan ada pula yang kaya. Di satu sisi, banyak orang kaya yang tidak dapat mengusahakan hartanya. Di sisi lain, tidak sedikit orang miskin yang mau bekerja, tetapi tidak memiliki modal.

Dengan demikian, adanya *mudharabah* ditujukan antara lain untuk memenuhi kebutuhan kedua golongan di atas, yakni untuk kemaslahatan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka dan tidak boleh ada yang dirugikan dari kedua belah pihak.

3) Rukun dan Syarat *Mudharabah*

a) Rukun *Mudharabah*

Menurut Jumhur ulama, rukun *mudharabah* ada tiga, yaitu (1) dua orang yang melakukan akad (*al-aqidani*), (2) modal (*ma'qud alaih*), (3) shighat (*ijab dan qabul*).

b) Syarat *Mudharabah*

1) Syarat Aqidani

Disyaratkan bagi orang yang akan melakukan akad, yakni pemilik modal dan pengusaha adalah ahli dalam mewakilkan atau menjadi wakil, sebab *mudharib*

mengusahakan harta pemilik modal, yakni menjadi wakil. Namun demikian, tidak disyaratkan harus muslim. *mudharabah* dibolehkan dengan orang *kafir dzimmi* atau orang kafir yang dilindungi di negara Islam. Adapun ulama Malikiyah memakruhkan *mudharabah* dengan *kafir dzimmi* jika mereka tidak melakukan *riba* dan melarangnya jika mereka melakukan *riba*.

2) Syarat modal

- (a) Modal harus berupa uang seperti dinar, dirham, atau sejenisnya.
- (b) Modal harus diketahui dengan jelas dan memiliki ukuran.
- (c) Modal harus ada, bukan berupa hutang, tetapi tidak berarti harus ada di tempat akad. Juga dibolehkan mengusahakan harta yang dititipkan kepada orang lain, seperti mengatakan, “*ambil harta saya di si fulan kemudian jadikan modal usaha!*”

4) Manfaat *Mudharabah*

- a) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat
- b) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan atau hasil usaha bank sehingga bank tidak akan

pernah mengalami *negative spread*.

- c) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan *cash flow* atau arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah.
- d) Bank akan lebih selektif dan hati-hati mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.

5) Aplikasi dalam perbankan

Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban, dan sebagainya, serta deposito biasa.

- a) Deposito spesial (*special investment*), dimana dana yang ditiptkan nasabah khusus untuk bisnis tertentu.⁴⁵

6) Pembagian *Mudharabah*

a) *Mudharabah Muthlaqah*

Arti *mudharabah muthlaqah* menurut fiqh adalah penyerahan modal seseorang kepada pengusaha tanpa memberikan batasan.⁴⁶

Penerapan *mudharabah muthlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana, yaitu: tabungan *mudharabah* dan

⁴⁵ Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*,...h.97.

⁴⁶ *Ibid*, h. 227

deposito *mudharabah*.⁴⁷ Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

Ketentuan umum dalam produk ini adalah:

- (1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan; maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- (2) Untuk tabungan *mudharabah* bank dapat, memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM dan atau alat penarikan lainnya kepada penabung. Untuk deposito *mudharabah* bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (*bilyet*) deposito kepada deposan.
- (3) Tabungan *mudharabah* dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
- (4) Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan

⁴⁷ Fahrur Ulum, *Perbankan Syariah di Indonesia*,...h. 105.

diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.

- (5) Ketentuan-ketentuan yang lain yang berkaitan dengan tabungan dan deposito tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

b) Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah muqayyadah adalah penyerahan modal seseorang kepada pengusaha dengan memberikan batasan, seperti persyaratan bahwa pengusaha harus berdagang di daerah Bandung atau pengusaha harus berdagang sepatu.⁴⁸

Mudharabah muqayyadah dibagi menjadi dua:

(1) *Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet*

Jenis mudharabah ini merupakan simpanan khusus (*restricted investment*) dimana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank. Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- (a) Pemilik dana wajib menetapkan syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

⁴⁸ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*,...h. 227.

- (b) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila telah tercapai kesepakatan, maka hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- (c) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya.
- (d) Untuk deposito mudharabah, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (*bilyet*) deposito kepada deposan.

(2) *Mudharabah Muqayyadah off Balance Sheet*

Jenis *mudharabah* ini merupakan penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, dimana bank bertindak sebagai perantara (*arranger*) yang mempertemukan antara pemilik dana dengan pelaksana usaha. Pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank dalam mencari kegiatan usaha yang akan dibiayai dan pelaksana usahanya. Karakteristik jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

- (a) Sebagai tanda bukti simpanan bank menerbitkan bukti simpanan khusus. Bank wajib memisahkan dana dari rekening lainnya. Simpanan khusus dicatat pada pos tersendiri dalam rekening administratif.
- (b) Dana simpanan khusus harus disalurkan secara langsung kepada pihak yang diamanatkan oleh pemilik dana.
- (c) Bank menerima komisi atas jasa mempertemukan kedua pihak. Sedangkan antara pemilik dana dan pelaksana usaha berlaku nisbah bagi hasil.

4. Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga

Sumber dana yang berasal dari masyarakat merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi perbankan dan merupakan ukuran keberhasilan bagi sebuah bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini.⁴⁹ Pencarian dana dari masyarakat relatif paling mudah dibandingkan dengan sumber lainnya. Menghimpun dana dari masyarakat dapat dilakukan dengan mudah asalkan dapat memberikan bunga dan fasilitas menarik lainnya. Pentingnya sumber dana dari masyarakat disebabkan sumber dana dari masyarakat merupakan sumber dana yang paling utama bagi dunia perbankan. Untuk menghimpun dana dari masyarakat tentu saja harus menggunakan strategi.

⁴⁹ Sri Y. Susilo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 33

Strategi yang digunakan oleh bank untuk memperoleh sumber dana yang berasal dari masyarakat dalam bentuk dana pihak ketiga yang bertujuan untuk mengembangkan usahanya, strategi tersebut yaitu Strategi Promosi.⁵⁰ Strategi Promosi merupakan sarana untuk memperkenalkan produk sebuah bank kepada masyarakat agar masyarakat tertarik dengan produk-produk tersebut. Jenis promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, antara lain:

1. Promosi melalui periklanan (*Advertising*).

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, *billboard*, koran, majalah, televisi, atau radio-radio.

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potonga harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

3. Publisitas (*Publicity*).

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.

⁵⁰ Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Kedua, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 67

Tujuan dari dilakukannya promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.⁵¹ Dari uraian tersebut dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan, dapat berupa:
 - a. Menginformasikan pasar mengenai produk baru.
 - b. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk.
 - c. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.
 - d. Menjelaskan cara kerja produk.
 - e. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan.
2. Membujuk Pelanggan Sasaran untuk:
 - a. Membentuk pilihan merek.
 - b. Mengalihkan pilihan ke merek lain.
 - c. Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.
 - d. Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.
 - e. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan *marketing*.
3. Mengingatn terdiri atas:
 - a. Mengingatn pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - b. Mengingatn pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.

⁵¹ Mudrajad Kuncoro, *Manajemen Perbankan*. Edisi Pertama, (Yogyakarta: BPFE 2002), h.82

- c. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
- d. Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada perusahaan.

C. Bank Perkreditan Rakyat Syariah

1. Pengertian dan Tujuan BPRS

BPRS adalah suatu badan usaha yang usahanya memberikan kredit kepada masyarakat atau pengusaha kecil untuk meningkatkan pendapatan perkapita pada masyarakat secara syariah. Berdasarkan UU No 10 Tahun 1998 tentang perbankan, jenis bank di Indonesia terdiri atas Bank Umum dan BPR atau BPRS.⁵² Dengan demikian BPRS merupakan salah satu unsur sistem perbankan dan moneter secara keseluruhan di Indonesia.

Pengertian lain dari BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁵³ Menurut Ruddy Tri Santoso, BPR atau BPRS adalah kantor bank di kota kecamatan yang merupakan unsur penghimpunan dana masyarakat maupun menyalurkan dananya di sektor pertanian dan pedesaan.⁵⁴

Perbankan syariah merupakan bagian dari sistem ekonomi syariah, dimana ekonomi syariah merupakan bagian dari muamalat

⁵² *Ibid*, h.46

⁵³ Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya...*h. 68

⁵⁴ Ruddy Tri Santoso, *Mengenal Dunia Perbankan*. Edisi Tiga, (Yogyakarta: Andi Offset,1997), h.5

(hubungan antara manusia dengan manusia). Oleh karena itu, perbankan syariah tidak bisa dilepaskan dari al Qur`an dan as sunnah sebagai sumber hukum Islam. Dalam operasionalnya, bank syariah menggunakan beberapa produk perbankan syariah yang meliputi:⁵⁵ Pendanaan/Penghimpunan dana (*Wadiah dan mudharabah*), Pembiayaan/Penyaluran dana (*Murabahah, ijarah, istishna, mudharabah, musyarakah, dsb*), Jasa (*Wakalah, rahn, kafalah, sharf* dan sebagainya).

Adapun tujuan BPRS adalah sebagaimana tertuang Pada Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah pasal 3 menjelaskan bahwa Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.

2. Visi dan Misi BPRS

Menurut Peraturan Bank Indonesia, visi dan misi bank syariah dijelaskan sebagai berikut:⁵⁶

- a. Visi yang harus dikembangkan dalam pengembangan perbankan syariah adalah terwujudnya sistem perbankan syariah yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian yang mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam kerangka

⁵⁵ Bank Indonesia. *Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia*. (Jakarta: Indonesia, 2003)

⁵⁶ *Ibid*

keadilan, tolong-menolong dan menuju kebaikan guna mencapai kemaslahatan masyarakat.

- b. Misi pengembangan perbankan syariah adalah mewujudkan iklim yang kondusif untuk pengembangan perbankan syariah yang sehat dan konsisten menjalankan prinsip syariah serta mampu berperan dalam sektor riil, yang meliputi: melakukan kajian dan penelitian tentang kondisi, potensi serta kebutuhan perbankan syariah secara berkesinambungan; mempersiapkan konsep dan melaksanakan pengaturan dan pengawasan berbasis resiko guna menjamin kesinambungan operasi perbankan syariah yang sesuai dengan karakteristiknya; mempersiapkan infrastruktur guna peningkatan efisiensi operasional perbankan syariah.
3. Fungsi dan Peran BPRS

Menurut Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, fungsi dan peran BPRS adalah:

- a. Manajer Investasi, BPRS dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b. Investor, BPRS dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, BPRS dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya institusi perbankan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

d. Pelaksana kegiatan sosial, sebagai suatu ciri yang melekat pada identitas keuangan Islam, bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

Menurut Muhamad, peranan BPRS secara nyata dapat terwujud dalam aspek-aspek berikut.⁵⁷

- a. Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya BPRS dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan.
- b. Memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan. Artinya pengelolaan BPRS harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan, dan upaya ini terwujud jika ada mekanisme operasi yang transparan.
- c. Memberikan *return* yang lebih baik. Artinya investasi di BPRS tidak memberikan janji yang pasti mengenai *return* (keuntungan) yang diberikan kepada investor. Oleh karena itu BPRS harus mampu memberikan *return* yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional. Sebaliknya, nasabah pembiayaan akan memberikan bagi hasil sesuai dengan keuntungan yang diperolehnya. Oleh karena itu pengusaha harus bersedia memberikan keuntungan yang tinggi kepada BPRS.

⁵⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: AMP YKPN, 2002). h..33

- d. Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Artinya, BPRS mendorong terjadinya transaksi produktif dari dana masyarakat. Dengan demikian, spekulasi dapat ditekan.
 - e. Mendorong pemerataan pendapatan. Artinya BPRS bukan hanya mengumpulkan dana pihak ketiga, namun dapat mengumpulkan dana Zakat, Infaq dan Shadaqah (ZIS). Dana ZIS dapat disalurkan melalui pembiayaan *Qardul Hasan*, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pada akhirnya terjadi pemerataan ekonomi.
 - f. Peningkatan efisiensi mobilisasi dana. Artinya, adanya produk *al mudharabah al-mugayyadah*, berarti terjadi kebebasan bank untuk melakukan investasi atas dana yang diserahkan oleh investor, bank memperoleh komisi atau bagi hasil, bukan karena *spread* bunga.
 - g. *Uswah Hasanah*, implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.
 - h. Meminimalisir adanya Kolusi, Korupsi dan Nepotisme (KKN) yang menyebabkan krisis ekonomi.
4. Strategi Pengembangan BPRS

Pengembangan Bank Perkreditan Rakyat Syariah tidak terlepas dari manajemen yang diterapkan dalam BPRS itu sendiri. Pilihan sistem manajemen yang handal akan sangat mempengaruhi laju perkembangan BPRS. Oleh karena itu perlu kajian strategis

dalam rangka menopang kelangsungan dan laju perkembangan BPRS.

Manajemen strategis dimaknai sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas-fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.⁵⁸ Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional.

Ada beberapa pengertian strategi menurut:

a. Menurut Hunger dan Wheleen

Strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.⁵⁹

b. Menurut Pearce dan Robinson

Strategi sebagai suatu rencana yang berskala besar dan berorientasi kepada masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran-sasaran

⁵⁸ Fred R. David, *Strategic Management* (Manajemen Strategis Konsep), (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 5

⁵⁹ Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. *Strategic Manajemen*. Edition 5. 1996. Addison-Wesley Publishing Company Inc. Julianto Agung (Peterjemah). *Manajemen Strategis*. (Yogyakarta: Andy, 2003), h.16

perusahaan.⁶⁰

c. Menurut Husein Umar

Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁶¹

d. Menurut Bambang Hariadi

Strategi adalah suatu proses yang dirancang secara sistematis oleh manajemen untuk merumuskan strategi, menjalankan strategi, dan mengevaluasi strategi dalam rangka menyediakan nilai-nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggan untuk mewujudkan visi organisasi.⁶²

Berangkat dari beberapa definisi strategi sebagaimana tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu rencana yang tersusun secara sistematis yang memuat visi dan misi serta rencana strategis organisasi yang akan dijalankan dalam rangka menjalankan roda organisasi dan juga mengembangkan kearah yang lebih baik. Pengembangan organisasi juga harus memperhatikan lingkungan, baik lingkungan ekstern perusahaan yang terdiri dari tiga perangkat faktor yang saling berkaitan memainkan peran

⁶⁰ Pearce dan Robinson. *Manajemen Strategik, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), h.20

⁶¹ Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008). h.31

⁶² Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Malang: Banyumedia Publishing, 2005). h.3

penting dalam menentukan peluang, ancaman, dan kendala yang dihadapi perusahaan.

Lingkungan jauh terdiri dari faktor-faktor yang bersumber dari luar, dan biasanya tidak berkaitan dengan situasi operasi suatu perusahaan tertentu seperti faktor ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan ekologi. Faktor-faktor yang lebih langsung mempengaruhi prospek perusahaan bersumber pada lingkungan industrinya, meliputi hambatan masuk, persaingan diantara anggota industri, adanya produk substitusi, serta daya tawar-menawar pembeli dan pemasok. Lingkungan operasional terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi situasi persaingan perusahaan seperti profil pelanggan, posisi bersaing, pemasok, kreditor dan pasar tenaga kerja.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Singkat BPRS Mitra Agro Usaha

1. Sejarah Singkat

PT. Bank Perkreditan Rakyat Mitra Agro Usaha adalah lembaga keuangan perbankan yang berbadan hukum perseroan terbatas yang melaksanakan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah Islam.

Berawal dari keinginan para pendiri untuk turut serta dalam pengembangan ekonomi kerakyatan, pada tanggal 2 Maret 2017 di dirikanlah sebuah lembaga keuangan mikro bernama PT. BPR Mitra Agro Usaha yang menjalankan kegiatan usaha perbankan secara konvensional PT. BPR Mitra Agro Usaha di dirikan atas persetujuan Prinsip Bank Indonesia No. 11/115/DKBU Tanggal 2 Maret 2017 dan memiliki Pengesahan Badan Hukum Perseroan dari pemberi hukum dan Hak Asasi Manusia No.AHU-21384.AH.01.01 tahun 2017 Tanggal 18 Mei 2017, Pemberian izin usaha Gubernur Bank Indonesia No. 12/17 KEP.GBI/DPG/2010 tanggal 9 Maret 2010 dan mulai beroperasi tanggal 5 April 2010.¹

PT. BPR Mitra Agro Usaha di dasari oleh kehendak membantu dan memberdayakan potensi ekonomi perdesaan untuk mencapai pemerataan kemakmuran yang masih timpang selain itu juga demi terwujudnya suatu lembaga keuangan sebagai lembaga keuangan alternatif yang dapat melayani kebutuhan masyarakat di bidang keuangan.

¹ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Pada tanggal 23 Juli 2013 Gubernur Bank Indonesia memberikan izin perubahan kegiatan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dengan No. 15/81/KEP.GBI/DPG 2013 menteri hukum dan hak asasi manusia Republik Indonesia memberi keputusan tentang persetujuan perubahan anggaran dasar perseroan tahun 2013 dengan No. AHA.11575.AH.01.02 dan PT BPRS Mitra Agro Usaha mulai beroperasi mulai beroperasional dengan prinsip syariah pada tanggal 02 September 2013.²

Berkaitan dengan hal yang telah di uraikan tersebut, maka di dirikanlah PT BPRS Mitra Agro Usaha yang berlokasi di Jl.Hayam Wuruk No. 95 Kampung Sawah Lama, Tanjung Karang Timur Bandar Lampung dan merupakan BPRS yang menerapkan sistem bagi hasil. Masa depan BPRS akan sangat menjanjikan, sebagai mana hasil wawancara berikut:

Keberadaan PT. BPRS Mitra Agro Usaha memiliki prospek penyaluran dana kepada nasabah yang beroperasi dengan prinsip syariah. Manfaat yang diperoleh saat ini adalah pelayanan kepada masyarakat, mengingat animo masyarakat terhadap perbankan syariah cukup tinggi dan arena penduduk di kota Bandar Lampung mayoritas muslim, sehingga menjadi pasar yang potensial untuk mengembangkan semua kegiatan yang berbasis syariah, terutama BPRS.³

Bagi masyarakat yang ingin meninggalkan sistem riba dan beralih ke sistem syariah BPRS dapat menjadi pilihan, karena di kelola dengan menganut prinsip keterbukaan dan keadilan yang sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Sehingga dengan adanya BPRS diharapkan memiliki andil

² Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

³ Mat Amin, Direktur Utama PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Wawancara, 13 Juli 2017

yang cukup signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat kota Bandar Lampung.

2. Visi Misi Perusahaan

VISI:

Menjadi BPRS terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah.

MISI:

Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika serta pelayanan yang memuaskan.⁴

3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Agro Usaha masih meneruskan sesuai struktur organisasi tahun 2014 dan sesuai hasil audit Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan tujuannya untuk meningkatkan kemampuan Sumber Daya Insani (SDI) serta efisiensi perusahaan.

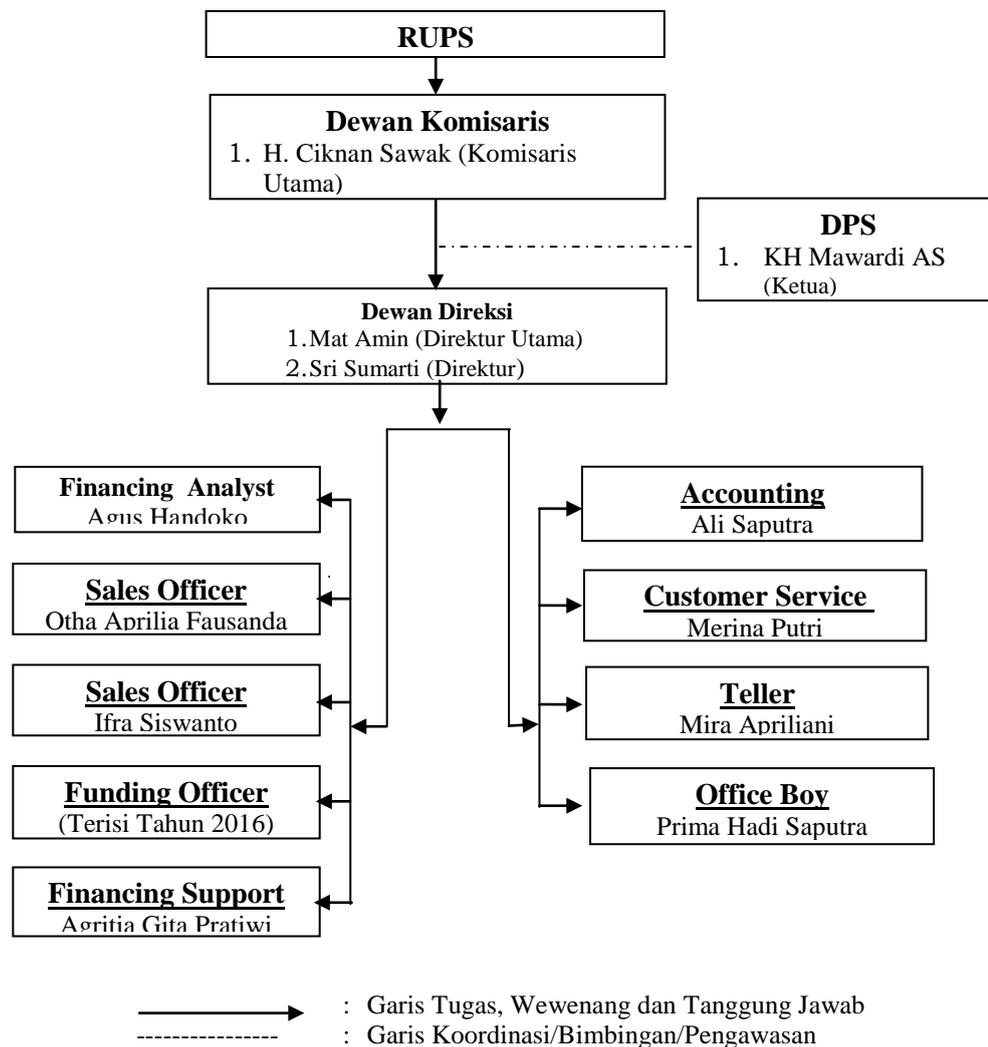
Struktur Organisasi dibuat untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang sehat sesuai ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Struktur Organisasi dan *Job Description* atau pembagaian tugas kerja dan wewenang para karyawan dan pemimpin pada PT.BPRS Mitra Agro Usaha Lampung dibuat agar terlaksananya tatalaksana kerja yang sistematis dan terstruktur, mulai dari jenjang karyawan sampai pada level manager yang di dasarkan pada program kerja dan visi misi perusahaan.

Berdasarkan Keputusan Direksi Nomor 003/Kep-Dir/mau-S/V/2017

⁴ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Tentang Struktur Organisasi dan *Job Description* yang telah mendapat persetujuan Dewan Komisaris PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, maka struktur organisasi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adalah sebagai berikut:⁵

STRUKTUR ORGANISASI PT. BPRS MITRA AGRO USAHA



Gambar 2. Struktur Organisasi BPRS Mitra Agro Usaha Lampung

⁵ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Struktur Organisasi PT. BPRS MITRA AGRO USAHA periode

Desember 2017 sebagai berikut :

Pemilik Modal	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. H. A. Maulana 1. H. Ciknan Sawak 2. Hj. Yamsidar
Dewan Komisaris	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Utama 2. Anggota
Direksi	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Direktur Utama 2. Direktur
Dewan Peng.Syariah	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketua 2. Anggota
Bagian Marketing	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Financing Analys 2. Sales Officer 3. Financing Support
Bagian Operasional	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teller 2. Customer Service 3. Accounting 4. Security 5. Office Boy

4. Produk-produk BPRS Mitra Agro Usaha

Dalam rangka menarik banyak peminat dalam hal ini nasabah dan calon nasabah BPRS Mitra Agro Usaha, maka dikeluarkanlah produk-produk yang menarik sebagaimana hasil wawancara berikut ini:⁶

a. Tabungan MAU Syariah iB

Tabungan MAU Syariah iB berakad wadiah dan merupakan dana titipan nasabah yang dikelola secara amanah oleh Bank MAU Syariah.

Keuntungan dari tabungan MAU Syariah iB ini adalah:

⁶ Merina, Kepala Bagian Costumer Service PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Wawancara, 13 Juli 2017

- 1) Aman, karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
- 2) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 3) Layanan dapat dengan jemput bola.
- 4) Mendapatkan bonus setiap akhir bulan.

Persyaratan tabungan MAU Syariah iB untuk perorangan adalah:⁷

- 1) Fotokopi identitas diri yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 3) Setoran awal minimal Rp. 25.000,- untuk MAU Syariah iB, dan Rp. 10.000,- untuk MAU Syariah iB cerdas.
- 4) Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,- untuk MAU Syariah iB, dan minimal Rp. 5.000,- untuk MAU Syariah iB cerdas.

Persyaratan tabungan MAU Syariah iB untuk perusahaan adalah:

- 1) Fotokopi akta pendirian perusahaan/Anggaran Dasar berikut AD Perubahannya.
- 2) Fotokopi SIUP, SITU, TDP dan NPWP.
- 3) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 4) Setoran awal minimal Rp. 500.000,-

b. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah merupakan investasi dana berdasarkan akad mudharabah.

c. Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah merupakan investasi dana berdasarkan akad

⁷ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah dan Bank MAU Syariah.

Keuntungan dari Deposito Mudharabah ini adalah:

- 1) Aman, karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).
- 2) Bagi hasil yang kompetitif.
- 3) Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
- 4) Perpanjangan jangka waktu dapat dilakukan secara otomatis dan nisbah bagi hasil dapat disesuaikan dengan kesepakatan saat perpanjangan.

Persyaratan Deposito Mudharabah ini adalah:

- 1) Fotokopi identitas diri yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 3) Setoran minimal Rp. 1.000.000,-

Ilustrasi perhitungan Deposito Mudharabah ini misalnya, deposito Fulan Rp. 1.000.000,- jangka waktu 12 bulan, perbandingan bagi hasil (nisbah) 60 bagian untuk nasabah dan 40 bagian untuk Bank. Jumlah seluruh deposit di Bank Rp. 1.000.000.000,- dan pendapatan Bank yang dibagi hasilkan untuk deposito Rp. 25.000.000,-. Maka bagi hasil deposito Fulan dalam sebulan adalah:⁸

$$= \frac{1.000.000}{1.000.000.000} \times 25.000.000 \times 60\% = 15.000$$

⁸ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Tabel 2. Distribusi Bagi Hasil BPRS Mitra Agro Usaha

Jenis Penghimpunan	Keterangan	Nisbah Bagi Hasil Nasabah	Nisbah Bagi Hasil Bank
Tabungan Wadiah	Bonus		
Tabungan Mudharabah	Bagi Hasil	30	70
Tabungan Mudharabah Antar Bank	Bagi Hasil		
Deposito Mudharabah:			
- 1 bulan	Bagi Hasil	30	70
- 3 bulan	Bagi Hasil	35	65
- 6 bulan	Bagi Hasil	40	60
- 12 bulan	Bagi Hasil	45	55

Sumber: Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung 2017

B. Strategi BPRS Mitra Agro usaha dalam Peningkatan Dana Pihak Ketiga

1. Strategi penghimpunan Produk Dana Pihak Ketiga

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Mitra Agro Usaha Bandar Lampung mempunyai strategi tersendiri dalam rangka melakukan penghimpunan produk dana pihak ketiga, agar mampu memperoleh hasil secara maksimal. Beberapa strategi yang telah dilakukan oleh BPRS Agro Usaha Bandar Lampung adalah sebagaimana hasil wawancara berikut:⁹

- Pelayanan dengan sistem jemput bola atau pick up service di pasar – pasar sudah berjalan yang dilakukan oleh marketing. Menerapkan sistem jemput bola itu penting dilakukan karena dengan pola itu Bank bisa menghimpun dana masyarakat lebih maksimal dari yang direncanakan.
- Perbandingan antara rencana kerja tahun 2016 dengan realisasi sampai

⁹ Merina, Kepala Bagian Costumer Service PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Wawancara, 13 Juli 2017

dengan periode Desember 2016 tentang penghimpunan dana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Penghimpunan Dana (dalam ribuan rupiah)

Penghimpunan Dana	Rencana (Rp)	Realisasi (Rp)	Pencapaian (%)
	Desember 2016	Desember 2016	
1. Tabungan Al-Wadiah	1.223.498,-	1.398.021,-	113,53
2. Tabungan Al-Mudharabah	41.576,-		
3. Deposito Al-Mudharabah	585.700,-	3.526.500,-	107,33
J U M L A H	4.550.774,-	4.924.521,-	108,21

Sumber: Dokumen PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung 2017

Realisasi penghimpunan dana masyarakat baru berupa Tabungan Wadiah, sedangkan untuk tabungan Mudharabah sampai dengan posisi Desember 2016 belum berjalan sebagaimana mestinya, untuk Deposito Mudharabah merupakan penempatan dana masyarakat yang paling tinggi mencapai 107,33% pada posisi Desember 2016.

2. Strategi Pemasaran Produk

Sumber dana yang berasal dari masyarakat merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung dan merupakan ukuran keberhasilan bagi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencarian dana dari masyarakat relatif paling mudah dibandingkan dengan sumber lainnya. Menghimpun dana dari masyarakat dapat dilakukan

dengan mudah asalkan dapat memberikan bunga dan fasilitas menarik lainnya. Pentingnya sumber dana dari masyarakat disebabkan sumber dana dari masyarakat merupakan sumber dana yang paling utama bagi PT. BPRS Mitra Agro Usaha. Untuk menghimpun dana dari masyarakat PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung menggunakan strategi Promosi.

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan kedua strategi diatas, baik lokasi dan harga. Dalam kegiatan ini PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung. Dalam praktiknya, paling tidak ada tiga macam strategi promosi yang dapat digunakan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, melalui periklanan (*Advertising*). Kedua, melalui Promosi penjualan (*Sales Promotion*), ketiga publisitas (*Publicity*).¹⁰ Adapun alokasi besarnya biaya promosi terhadap target pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga) dan kredit adalah sebagai berikut:

¹⁰ Ifra siswanto, Bagian Promosi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Wawancara, 14 Juli 2017

Tabel 5. Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Pertumbuhan DPK¹¹

No	Promosi	Dana Pihak Ketiga (DPK)				Rata-rata (%)
		Tahun 2017 (Triwulan)				
		1	2	3	4	
1	Periklanan	4%	3%	3%	5%	3,75%
2	Promosi Penjualan	3%	4%	5%	4%	4%
3	Publisitas	2%	3%	2%	5%	3%

Sumber: Dokumen PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung 2017

Berdasarkan data-data pada tabel 5 diatas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Dampak dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung yang terdiri dari Periklanan, Promosi Penjualan dan Publisitas adalah:
 - 1) Tingkat efektivitas dari Promosi Penjualan mempunyai pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan dengan promosi lainnya, hal tersebut dapat terlihat dari peningkatan jumlah DPK yang mencapai 4%.
 - 2) Strategi Promosi dengan Publisitas kurang efektif dari pada strategi promosi yang lain, hal tersebut dapat dilihat pada tabel diatas yang pertumbuhan jumlah DPK hanya 3%.

¹¹ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

1. Periklanan (*Advertising*)

PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung bekerjasama dengan stasiun televisi lokal yang ada di Bandar Lampung yaitu Radar dan surat kabar Lampung Pos sebagai sarana promosi yang digunakan untuk menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk, serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Dana yang dianggarkan untuk iklan sebesar Rp 10.000.000,00. Untuk media televisi Radar sebesar Rp 6.000.000,00 dan Lampung Pos Rp 4.000.000,00, diharapkan mendapat dana dari masyarakat sebesar Rp 200.000.000,00. Menurut data dari tabel 5 dijelaskan bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan Strategi Periklanan tumbuh sekitar 3,75%.¹²

2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Jumlah *sales promotion* di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung sebanyak 6 orang. *Sales promotion* PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung ditargetkan untuk mencari nasabah yang ingin membuka tabungan dan menandatangani uangnya. Jumlah dana yang digunakan untuk *sales promotion* Rp 15.000.000,00 dengan target dana yang dihimpun dari masyarakat

¹² Ifra siswanto, Bagian Promosi PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung, Wawancara, 14 Juli 2017

sebesar Rp 800.000.000,00. Menurut data dari tabel 5 dijelaskan bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan Strategi Promosi Penjualan tumbuh sekitar 4%.

3. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan kegiatan untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti kerjasama dengan universitas serta perusahaan yang bergerak dibidang keuangan. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Dalam hal ini PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung bekerja sama dengan Universitas Lampung khususnya Fakultas Ekonomi dimana mahasiswa Program Studi Diploma III Keuangan Perbankan mendapat kesempatan untuk melaksanakan Magang Kerja selain itu juga bagi mahasiswa kinerja sewaktu Magang Kerja kinerjanya bagus berpeluang diangkat menjadi pegawai PT. BPRS Mitra Agro Usaha. Jumlah dana yang digunakan untuk Publisitas Rp 8.000.000,00 dengan target dana yang dihimpun dari masyarakat sebesar Rp 80.000.000,00. Menurut data dari tabel 5 dijelaskan bahwa pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan Strategi Publisitas tumbuh sekitar 3 %.¹³

Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat, selain itu juga PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung mendapat pandangan yang bagus di mata masyarakat sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk mengajukan pinjaman dan menabung di PT. BPRS Mitra Agro Usaha.

¹³ *Ibid*

Dengan Strategi Promosi diharapkan masyarakat tahu tentang jenis-jenis produk yang dikeluarkan oleh PT. BPRS Mitra Agro Usaha. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.

Tabel 6. Pengalokasian DPK Pada Tahun 2017¹⁴

No	Aktiva	Jumlah
1	Kas	Rp 147.189.000,00
2	Sertifikat Bank Indonesia	0
3	Aktiva Antar bank	
	a. Pada Bank Umum	Rp 5.454.358.000,00
	b. Pada BPR	Rp 1.000.000.000,00
4	Kredit	Rp 20.442.879.000,00
5	Aktiva Tetap dan Inventaris	Rp 663.796.000,00
Jumlah		Rp 22.147.423.000,00

Sumber : Dokumen PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung 2017

¹⁴ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk tabungan maupun deposito PT. BPRS Mitra Agro Usaha Lampung dapat dilihat pada tabel diatas, dana tersebut akan menjadi beban apabila dibiarkan begitu saja tanpa ada alokasi untuk tujuan-tujuan yang produktif. Dana yang dihimpun dari masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito atau dana pihak ketiga bukanlah dana yang semuanya murah karena dapat menimbulkan kewajiban bagi bank untuk membayar imbal balik jasa berupa bunga. Berdasarkan kebutuhan itu dan juga untuk memperoleh penerimaan bank dalam rangka menutup biaya-biaya lain serta mendapatkan keuntungan, maka bank berusaha mengalokasikan dananya dalam berbagai bentuk aktiva.

3. Penyaluran Dana/Pembiayaan

Penyaluran dana niaga/pembiayaan menurut Syariah/Muamalat dalam rencana kerjaa tahun 2017 dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:¹⁵

Tabel 4 : Penyaluran Pembiayaan menurut Akad (dalam ribuan rupiah)

Pembiayaan	Rencana (Rp)	Realisasi (Rp)	Pencapaian (%)
	Desember 2017	Desember 2017	
Piutang Murabahah	4.152.872,-	3.507.251,-	84,45
Ijarah Multijasa	1.731.996,-	350.425,-	20,23
J U M L A H	5.884.868,-	3.857.676,-	65,55

Sumber: Dokumen PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung 2017

¹⁵ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Penyaluran dana/pembiayaan secara syariah/muamalat/akad sampai dengan periode Desember tahun 2017, baru akad Murabahah yang mencapai 84,45%, dan akad Ijarah Multijasa jauh dari tercapai karena akad Ijarah Multijasa sebagian besar jangka pendek tidak melebihi 1 (satu) tahun karena kebijakan tersebut untuk tahap awal kehati-hatian penyaluran pembiayaan merupakan prioritas utama, dan karena akad Murabahah adalah akad jual beli dengan nasabah. Dari total Pembiayaan yang diberikan tersebut di atas semua pembiayaan belum ada yang kurang lancar, diragukan maupun macet.

4. Syarat Pengajuan Produk Deposito dan Tabungan

Beberapa persyaratan yang harus di penuhi oleh nasabah dalam pemanfaatan produk-produk BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung adalah:

Persyaratan tabungan MAU Syariah iB untuk perorangan adalah:¹⁶

- 1) Fotokopi identitas diri yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 3) Setoran awal minimal Rp. 25.000,- untuk MAU Syariah iB, dan Rp. 10.000,- untuk MAU Syariah iB cerdas.
- 4) Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000,- untuk MAU Syariah iB, dan minimal Rp. 5.000,- untuk MAU Syariah iB cerdas.

¹⁶ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

Persyaratan tabungan MAU Syariah iB untuk perusahaan adalah:

- 1) Fotokopi akta pendirian perusahaan/Anggaran Dasar berikut AD Perubahannya.
- 2) Fotokopi SIUP, SITU, TDP dan NPWP.
- 3) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 4) Setoran awal minimal Rp. 500.000,-

Persyaratan Deposito Mudharabah adalah:

- 1) Fotokopi identitas diri yang masih berlaku.
- 2) Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- 3) Setoran minimal Rp. 1.000.000,-

Ilustrasi perhitungan Deposito Mudharabah ini misalnya, deposito Fulan Rp. 1.000.000,- jangka waktu 12 bulan, perbandingan bagi hasil (nisbah) 60 bagian untuk nasabah dan 40 bagian untuk Bank. Jumlah seluruh deposit di Bank Rp. 1.000.000.000,- dan pendapatan Bank yang dibagi hasilkan untuk deposito Rp. 25.000.000,-. Maka bagi hasil deposito Fulan dalam sebulan adalah:¹⁷

$$= \frac{1.000.000}{1.000.000.000} \times 25.000.000 \times 60\% = 15.000$$

¹⁷ Dokumentasi PT. BPR Mitra Agro Usaha di Bandar Lampung, dikutip pada tanggal 13 Juli 2017

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa strategi peningkatan Dana Pihak Ketiga pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dilakukan dengan menggunakan tiga macam strategi promosi dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Pertama, melalui Periklanan (*Advertising*). Pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan strategi periklanan tumbuh sekitar 3,75%. Kedua, melalui Promosi Penjualan (*Sales Promotion*). Pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan Strategi Promosi Penjualan tumbuh sekitar 4%. Ketiga, melalui Publisitas (*Publicity*). Pertumbuhan jumlah DPK pada tahun 2017 dengan menggunakan strategi publisitas tumbuh sekitar 3 %. Ketiga strategi promosi ini terbukti mampu meningkatkan pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga) pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung secara efektif dan efisien.

Disamping itu peningkatan dana pihak ketiga pada PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung dikarenakan pelayanan yang optimal dari para karyawan dan pimpinan serta faktor tempat yang strategis dan mudah di jangkau oleh para nasabah bank.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diajukan oleh peneliti demi kemajuan dan perkembangan PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung antara lain; PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung sebaiknya melakukan pelatihan khusus untuk tim promosi terkait penawaran produk-produk perusahaan/perbankan dan peningkatan kualitas pelayanan serta kenyamanan berinvestasi bagi nasabah. Terutama fokus pada tiga strategi promosi yang sudah dikembangkan selama ini. Pelatihan dimaksudkan agar sumberdaya manusia yang ada, khususnya pada bidang promosi memiliki kompetensi yang optimal dibidangnya, sehingga mampu bekerja secara efektif dan efisien dalam rangka meningkatkan dana pihak ketiga di PT. BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Amrin, *Pemasaran Asuransi Syariah*, Jakarta: Grasindo, 2007
- Abdullah bin Muhammad ath-Thayyar, *Ensiklopedi Fiqh Muamalah dalam Pandangan 4 Mazhab*, Yogyakarta: Maktabah al-Hanif, 2009
- Abdurrahman al-Jaziri, *Al-Fiqh 'ala al-Madzahib al-Arba'ah*, Juz 3, Beirut: Dar al-Kutub al- Ilmiah, 2004
- Bambang Hariadi, *Strategi Manajemen Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, Malang: Banyumedia Publishing, 2005.
- Bank Indonesia. *Cetak Biru Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Indonesia, 2003.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Saudi Arabia: Lembaga Percetakan Al-Qur'an Raja Fadh
- Fahrur Ulum, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2011
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik edisi kedua*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008
- Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, Jakarta: Salemba Empat, 2011
- Hendi Sufendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2002
- Hunger, J. David dan Wheelen, Thomas L. *Strategic Manajemen*. Edititon 5. 1996. Addison Wesley Publishing Company Inc. Julianto Agung (Peterjemah). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andy, 2003
- Husein Umar, *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011
- Kuncoro, Mudrajad. *Manajemen Perbankan*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE, 2002
- Labib Mz Harniawati, *Risalah Fiqih Islam*, Surabaya: Bintang Usaha Jaya, 2006

- Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda karya, 2009
- Lukman Dendiwijaya, *Manajemen Perbankan edisi kedua*, Bogor: Bhalira Indonesia, 2005
- M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam: Fiqh Mu'amalat*, Jakarta: Rajawali Pers, 2003
- Marius P. Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999
- Muchdarsyah Sinungan, *Manajemen Dana Bank edisi kedua*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1993
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Gravindo, 2008
- , *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: AMP YKPN, 2002
- Nasroen Harun, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gema Media Pratama, 2007
- Nurmala, dan Dewi, Dian Nirmala. *Perbankan Syariah Indonesia dalam Perkembangan dan Permasalahannya*. Jurnal Ilmiah Esai Vol.3 No.1 Januari 2009.
- Pearce dan Robinson. *Manajemen Strategik, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara, 1997
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga, 2009
- Philip kotler, *Manajemen Pemasaran II*, Jakarta: Erlangga, 1983
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1994
- Prasetyo, Whedy. "Analisis Pelaksanaan Spin Off Strategi Melalui Strategi SWOT dalam Pengembangan Perbankan Syariah di Indonesia" dalam *Afkaruna Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, Vol 10, No 1/ Januari - Juni 2014.
- Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001
- Ritonga dkk, *Ekonomi SMA*, Jakarta: Erlangga, 2005

- Ruddy Tri Santoso, *Mengenal Dunia Perbankan*. Edisi Tiga, Yogyakarta: Andi Offset, 1997
- S.Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1999
- Siswanto Sutojo, *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1988
- Sri Y. Susilo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat, 2000
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Offset, 1992
- Susilo, Sri Y. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat, 2000
- Teguh Pudjo Muljono, *Bank Budgeting Profit Planning dan Control*, Yogyakarta: BPFE, 1996
- Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, Edisi Kedua
- Triyuwono, Iwan. *Organisasi dan Akuntansi Syariah*. Yogyakarta: LKIS, 2000
- Undang-undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.
- Veithzal Rivai dan Arvian Arifin, *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010
- Wibowo *et.al*, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005
- Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian-Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik Edisi ketujuh*, Bandung: Tarsito, 1994
- Fahmi Lubis, “Wadiah”, dalam
<http://fachmieloebiez.blogspot.com/2013/06/wadiah.html> diakses pada tanggal 30 Desember 2017, pukul.09:01 WIB.
- Fatwa DSN MUI tersebut terdapat dalam:
http://www.mui.or.id/index.php?option=com_content&view=article&id=149:fatwa-dsn-mui-no-02dsn-mui-v2000-tentang-t-a-b-u-n-g-a-n-&catid=57:fatwa-dsn-mui diakses pada 30 Desember 2017, pukul 09:35 WIB.



**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO**

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AHIR

Nama : **DITTA CITRA ASMARA**
NPM : 13109448

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu, 30.11.2016	Acc outline lanjutan PG. I	
	23/1/2017	perbaiki sesuai catatan - mana pra-surveinya? - Data primer - Data sekunder } diperjelas penulis dihitung masuk tulisan	
	7/2/2017	Buat catatan kaki bila di- ambil / rujukan dr buku c.k. - per paragraf hal. 6 perbaiki ...	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Nurhidayati, S.Ag., MH
NIP. 19761109 200912 2 001

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448



SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AHIR

Nama : DITTA CITRA ASMARA
NPM : 13109448

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / PBS
Semester / TA : VI / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan Dosen
	8 / 3 '2017	found julita frasa 14, Atur tugas Perhatikan tanda Gaca, Spasi, <u>S</u> <u>P</u> <u>O</u> dan ne mulai & un Guat halinet	
	17 / 4 '2017	Acc BAB I, II lanjutan Pg. I	
	24 / 4 '2017	Acc APD	
	12 / 8 '2017	Perbaiki BAB III 1. Beri Catatan kaki 2. Susun Sesuai APD dg perhatikan urutan Daftar Isi	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Nurhidayati, S.Ag., MH
NIP. 19761109 200912 2 001

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448



**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO**

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AHIR

Nama : **DITTA CITRA ASMARA**
NPM : 13109448

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tanga Dosen
	15 / 8' 2017	- t Uka data print jumlah ong 79 ah di - carui dan siapa saja (tambah di Bab. III <u>II</u>) - dr hal 63-73 bel ad Catat kali - Kerpul dijelaskan. Guliti Perkuat dr adanya DPK	
	18 / 8' 2017	Acc STIA Lanjutan ke PG-I	
	29 / 9' 2017	Acc Abstrak Lanjutan ke PG-I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Nurhidayati, MH.
NIP. 19761109 200912 2 001

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448



**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO**

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AHIR

Nama : **DITTA CITRA ASMARA**
NPM : 13109448

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	TandaTanga Dosen
	Jumat, 28.4-2017	- Perbaiki sumber data. Cawil pihak? - yg paling kompeten untuk memberi informasi tentang strategi pengumpul dana pihak ketiga. Lihat struktur BPRS.	
	Kamis, 8-6-2017	- Susun APP berdasar "Kerangka Teori" dan bimbingan terlebih dahulu dg Pembimbing II	
	Jumat, 16-6-2017	- Perbaiki APP sama seperti catatan sebelumnya, fokuskan pada strategi pengembangan produk & strategi pemasaran produk	
	Jumat, 23.7.2017	- acc APP sub bimbingan dg Pembimbing II	

Dosen Pembimbing I

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs.

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448



**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO**

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AHIR

Nama : **DITTA CITRA ASMARA**
NPM : 13109448

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu, 30.11.2016	Pahami terlebih dahulu Paman Pihak ketiga yg dimaksud peneliti.	
	Jumat, 9.12.2016	acc outline	
	Senin, 27.3.2017	Perbaiki sistematika berpikir pada LBM mulai dari realitas perbankan syariah di Indonesia, terkait sumber dana dan jenisnya, strategi dana pihak ketiga, survey tentang perkembangan dana pihak ketiga di BPRS Mitra Agro Usaha dan strategi yg dijalankan hingga muncul permasalahan. Tentukan alasan pemilihan judul	
	Jumat, 20.4.2017	- Perbaiki penulisan footnote secara pedoman. - Semua sumber rujukan harus dicantumkan	

Dosen Pembimbing I

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Mahasiswa Ybs.

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448



SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen FM-STAINJS-BM-05-09

No. Revisi RO

Tgl. Berlaku -

Halaman -

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AHIR

Nama : DITTA CITRA ASMARA
NPM : 13109448

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	TandaTanga Dosen
	Jumat, 15-9-2017	<ul style="list-style-type: none">- Urutkan data wawancara dan pembahasan. Pertanya APP buku senata luas pelengkap.- Jangan sembarangan mencantumkan sumber data. Untuk data dokumentasi jangan dialih kan sebagai data wawancara.- Fokuskan analisis pada upaya menjawab pertanyaan penelitian.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448



SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-STAIN-S-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TUGAS AHIR

Nama : DITTA CITRA ASMARA
NPM : 13109448

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / PBS
Semester / TA : VI/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	TandaTangan Dosen
	Selasa, 26 September 2017	Acc Bab III & IV untuk diteruskan penyusunan abstrak dll.	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

DITTA CITRA ASMARA
NPM. 13109448



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/0610/2016
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Tugas Akhir

Metro, 29 April 2016

Kepada Yth:
1. Wahyu Setiawan, M.Ag
2. Nurhidayati, MH.
di -
Metro

Assalamu'alaikum wr.wb.

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Tugas Akhir mahasiswa :

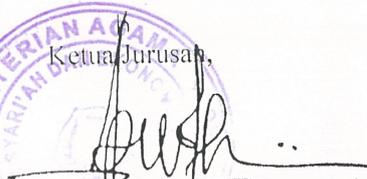
Nama : Ditta Citra Asmara
NPM : 13109448
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
Judul : Strategi Pt Bprs Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga

Dengan ketentuan :

- 1 Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Out Line sampai selesai Tugas Akhir:
 - a Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b Pembimbing II, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir, sebelum ke Pembimbing I.
- 2 Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
- 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
- 4 Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b Isi ± 3/6 bagian.
 - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Jurusan,

Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 197206111998032001



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

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

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1766/In.28/R.1/TL.00/03/2017
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
DIREKTUR PT BPRS MITRA AGRO
USAHA BANDAR LAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

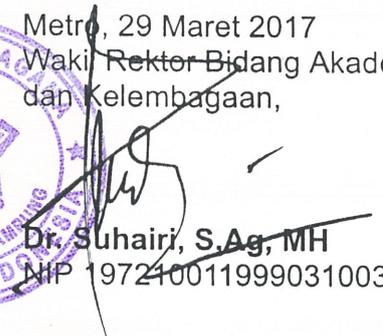
Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1765/In.28/R/TL.01/03/2017, tanggal 29 Maret 2017 atas nama saudara:

Nama : **DITTA CITRA ASMARA**
NPM : 13109448
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syari'ah (D-III)

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 29 Maret 2017
Wakil Rektor Bidang Akademik
dan Kelembagaan,

Dr. Suhairi, S.Ag, MH
NIP 197240011999031003





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

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

SURAT TUGAS

Nomor: B-1765/In.28/R.1/TL.01/03/2017

Wakil Rektot Bidang Akademik dan Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro,
Menugaskan Kepada Saudara:

Nama : **DITTA CITRA ASMARA**
NPM : 13109448
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Perbankan Syariah (D-III)

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA".
 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 : 29 Maret 2017

Mengetahui,
Pejabat Setempat



MAT AMIN
Direktur Utama

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Kelembagaan,



Dr. Suhatri, S.Ag, MH
NIP 197210011999031003

Bandar Lampung, 13 Juli 2017
19 Syawal 1438 H

Nomor : 044/mau-S/um/VII/2017
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan Melakukan Observasi/Survey

Kepada Yth,
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan
Institut Agama Islam Negeri Metro
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA kepada kita semua agar diberi kesehatan dan kesuksesan dalam menjalankan aktivitas keseharian. Aamiin

Menunjuk surat tugas nomor : B-1765/in.28/R.1/TL.01/03/2017 tanggal 29 Maret 2017 perihal Rekomendasi Observasi/Survei, maka dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut telah melakukan penelitian pada tanggal **30 Maret 2017**, adapun data mahasiswa/i tersebut adalah sebagai berikut :

Nama : Ditta Citra Asmara
NPM : 13109448
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Penelitian : Setrategi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga
Lokasi Penelitian : BPRS Mitra Agro Usaha

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya selama ini kami ucapkan terima kasih.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته
PT BPRS MITRA AGRO USAHA



Direksi


Mat Amin, SE. Akt

Direktur Utama



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

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

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1044/In.28/S/OT.01/10/2017

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

Nama : DITA CITRA ASMARA
NPM : 13109448
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 13109448.

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, 06 Oktober 2017
Kepala Perpustakaan

[Handwritten Signature]
Drs. Mokhtandi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)
STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG DALAM
MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA

A. INTERVIEW/WAWANCARA

1. Interview kepada Mat Amin sebagai Direktur, Merina Putri sebagai kepala bagian customer service dan Ifra Siswanto sebagai sales promotion departemen PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung yang berkaitan dengan:
 - a. Bagaimana strategi penghimpunan Dana Pihak Ketiga yang dilakukan PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung?
 - b. Bagaimana strategi pemasaran produk yang dilakukan PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung?
 - c. Adakah biaya administrasi yang dikenakan dalam produk deposito dan tabungan di PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung?
 - d. Apakah yang diperlukan anggota PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung untuk pengajuan produk deposito dan tabungan?

B. DOKUMENTASI

1. Data mengenai sejarah, visi dan misi, serta truktur organisasi PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.
2. Data anggota penghimpunan dana PT BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung.

Dosen Pembimbing I



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Dosen Pembimbing II



Nurhidayati, MH.
NIP. 19761109 200912 2 001

**STRATEGI PT BPRS MITRA AGRO USAHA BANDAR LAMPUNG
DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA**

OUTLINE

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
HALAMAN KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI
DAFTAR GAMBAR
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Metodologi Penelitian
- F. Sistematika Pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Strategi Pemasaran
 - 1. Pengertian Strategi Pemasaran
 - 2. Segmenting, Targeting, Positioning
 - 3. Bauran Pemasaran (*marketing mix*)
- B. Dana Pihak ketiga
 - 1. Pengertian Dana Pihak Ketiga
 - 2. Macam-macam Produk Dana Pihak Ketiga
 - 3. Macam-macam Akad dalam Dana Pihak Ketiga
 - 4. Strategi Peningkatan Dana Pihak Ketiga

- C. Bank Perkreditan Rakyat Syariah
 - 1. Pengertian dan Tujuan BPRS
 - 2. Badan Hukum BPRS
 - 3. Fungsi dan Peran BPRS
 - 4. Strategi Pengembangan BPRS

BAB III PEMBAHASAN

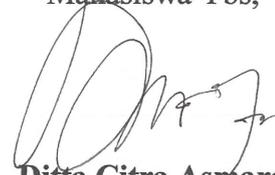
- A. Deskripsi Singkat BPRS Mitra Agro Usaha
 - 1. Sejarah Singkat
 - 2. Struktur Organisasi
 - 3. Produk-Produk Bprs Mitra Agro Usaha
- B. Strategi BPRS Dalam Peningkatan Dana Pihak Ketiga
 - 1. Kondisi Usaha BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung
 - 2. Sumber-Sumber Dana Pihak Ketiga
 - 3. Kendala yang Dihadapi dalam Memperoleh Dana Pihak Ketiga
 - 4. Upaya Peningkatan Dana Pihak Ketiga oleh BPRS Mitra Agro Usaha

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

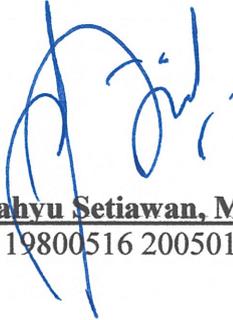
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

Metro, November 2016
Mahasiswa Ybs,



Ditta Citra Asmara
NPM: 13109448

Mengetahui
Dosen Pembimbing I



Wahyu Setiawan, M.Ag
NIP. 19800516 200501 1 008

Dosen Pembimbing II



Nurhidayati, MH.
NIP. 19761109 200912 2 001

BIOGRAFI PENULIS



DITTA CITRA ASMARA, lahir di Rumbia pada tanggal 19 Juni 1994, merupakan anak ke 1 dari 2 bersaudara dari pernikahan Ibu Budiyah dengan Bapak Amir Syarifudin (Almarhum), pendidikan dasarnya ditempuh di SDN 1 Bumi Nabung Selatan tamat pada tahun 2006. Kemudian

melanjutkan ke SMP Negeri 1 Rumbia tamat pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan ke SMA Negeri 1 Rumbia tamat pada tahun 2012.

Kemudian pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan ke Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro yang saat ini sudah beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Program Studi D3 Perbankan Syariah sampai saat ini.