

**PRAKTEK PEMASARAN PRODUK DEPOSITO SYARIAH DI BPRS  
SURIYAH CABANG SEMARANG**



**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (D3)  
Dalam Ilmu Perbankan Syariah**

**OLEH:**

**EGA PUTRI ADHANTORO**

**NIM 122503015**

**PROGRAM STUDI (D3) PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UIN WALISONGO SEMARANG**

**2015**

Heny Yuningrum, SE., M.Si

Tanjung Sari RT/RW 07/05 Tambak Aji Ngaliyan Semarang

### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lampiran : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir

A.n. Ega Putri Adhiantoro

*Assalamualaikum Wr.Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir saudara :

Nama : Ega Putri Adhiantoro

NIM : 122503015

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Tugas : PRAKTEK PEMASARAN PRODUK DEPOSITO

SYARIAH DI BPRS SURIYAH CABANG

SEMMARANG

Dengan ini saya mohon sekiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan

*Wassalamualaikum Wr.Wb.*

Semarang, 15 Mei 2015

Pembimbing



Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PROGRAM STUDI D III PERBANKAN SYARIAH  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax. (024)7601291/ 7624691

### PENGESAHAN

Nama : Ega Putri Adhiantoro

NIM : 122503015

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program DIII Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal 27 Mei 2015.

Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun akademik 2015

Ketua Sidang,

Mohammad Nadzir, SHI., MSI

NIP. 19730923 200312 1002

Penguji I,

Khoirul Anwar, H., S.Ag., M.Ag

NIP. 19690420 199603 1 002

Pembimbing,

Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

Semarang, 27 Mei 2015

Sekretaris Sidang,

Heny Yuningrum, SE., M.Si

NIP. 19810609 200710 2 005

Penguji II,

Johan Arifin, S.Ag., MM

NIP. 19710908 200212 1 001

## MOTTO

... وَأَخْرُؤْنَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ...

”...dan orang-orang yang berjalan di bumi mencari sebagian karunia Allah SWT... “ (Q.S Al Muzzamil:20)

## **PERSEMBAHAN**

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk :

- 1 Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini
- 2 Nabi Muhammad SAW, atas Islam yang beliau bawa, Shalawat dan Salam semoga selalu tercurah dengan kemuliaannya menjadi inspirasi penulis dalam mengarungi kehidupan
- 3 Papa Gandung Awantoro dan Mama Esthi Tyasning Adhilia tercinta yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, dorongan, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak ternilai agar putrinya dapat menuntut ilmu setinggi mungkin
- 4 Adek Afifah Nenditarini Putri Adhiantoro tersayang yang selalu mendoakan dan memberi semangat
- 5 Seluruh keluarga besar dari papa maupun mama yang selalu memotivasi, memberi semangat dan selalu mendoakan yang terbaik untuk saya
- 6 Sahabat sahabat saya Aziza, Lala, Fifi, dan Mas Sany yang selalu ada, selalu mendoakan dan memberikan semangat yang luar biasa.
- 7 Teman teman seperjuangan D3 Perbankan Syariah PBSA 2012 terutama Alif, Elsa, Rafika, Farisa, Kiky dan Diyah yang selalu membuat suasana kelas menyenangkan dan segala kebaikan kalian semasa kuliah hingga saat ini
- 8 Teman saya, Febriantoro, Mas Uut , Krisna, kiki, Adit, Indra, Dicky, Yoga, Mbak Ferina, Qodrat, Nanda, Mas Bayu dan ilham yang selalu menyemangati dan mendoakan dengan tulus.
- 9 Untuk ibu Heny yang dengan tulus ikhlas meluangkan waktunya dan membagikan ilmunya hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini dan tak lupa seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membagikan ilmunya.

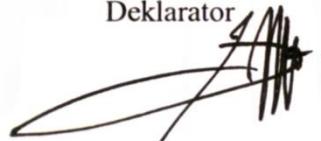
## **DEKLARASI**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan.

Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Mei 2015

Deklarator



**Ega Putri Adhiantoro**

NIM. 122503015

## ABSTRAK

*BPRS* Suriyah merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang berada di Jalan Indraprasta No. 39 Semarang. Dalam penghimpun dana *BPRS* Suriyah Semarang memiliki berbagai macam produk dengan akad yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dari semua macam produk penghimpun dana yang ada produk *deposito syariah mudharabah* lah yang besar pengaruhnya terhadap penyaluran dana berupa pembiayaan.

Dari pengangkatan judul Strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah *deposito syariah mudharabah* di *BPRS* Suriyah cabang Semarang dapat dirumuskan permasalahan : mengapa nisbah bagi hasil dan indikasi rate *deposito* di *BPRS* Suriyah dibedakan antara *deposito perorangan*, *deposito perusahaan* dan *deposito ABP*, mengapa nasabah kebanyakan lebih memilih mendepositokan dananya di jangka waktu 12 bulan dan bagaimana *Strategi marketing* menarik nasabah untuk mendepositokan uangnya pada jangka waktu 12 bulan di *BPRS* Suriyah tersebut. Penulis menggunakan 4 metode dalam pengumpulan data baik primer maupun sekunder dengan cara wawancara, dokumentasi, observasi dan kuesioner.

Aplikasi *mudharabah* dalam produk *Deposito Syariah (Desya) mudharabah* yang ada di *BPRS* Suriyah menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Dalam pengelolaan dana *Deposito Syariah mudharabah* tersebut *BPRS* Suriyah memberikan beberapa keuntungan seperti : proporsi nisbah bagi hasil yang lebih besar, indikasi rate yang diberikan pun tinggi, tidak ada pinalty hanya saja nasabah tidak mendapat bagi hasil dan keuntungan lain yaitu pilihan bulan yang flexibel. Praktek pemasaran yang digunakan oleh marketing *BPRS* Suriyah yaitu dengan cara mengenal terlebih dahulu bagaimana karakter nasabah dan latar belakangnya lalu melakukan pendekatan sederhana yang mengarah pada *deposito* di *BPRS* Suriyah. Cara lainnya yaitu dengan menawarkan produk *Deposito* tersebut ke Ibu rumah tangga, pedagang dan lain lain yang nantinya pasti akan ada promosi dari satu orang ke orang lain yang dilakukan oleh nasabah lalu juga marketing menyebarkan brosur ke beberapa wilayah disemarang. Dari data yang sudah dilampirkan, terdapat peningkatan jumlah nasabah *deposito* disetiap bulannya maupun setiap tahun, yang banyak mendepositokan dananya di jangka waktu 12 bulan karena bagi para shahibul maal bagi hasil pada jangka waktu 12 bulan cukup tinggi dibandingkan jangka waktu 1,3 dan 6 bulan

Kata kunci : *BPRS*, *deposito syariah*, *mudharabah*, praktek marketing

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Puji syukur kehadirat Allah SWT, penguasa alam semesta dan raja manusia karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan sholawat dan salam kepada nabi besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul **“PRAKTEK PEMASARAN PRODUK DEPOSITO SYARIAH DI BPRS SURIYAH CABANG SEMMARANG”**. Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan program Diploma III pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan tugas akhir ini dapat selesai berkat bantuan berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar besarnya kepada :

- 1 Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku rektor UIN Walisongo Semarang
- 2 Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- 3 Bapak Johan Arifin S.Ag, MM. Selaku ketua program studi D3 Perbankan Syariah
- 4 Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan.
- 5 Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo yang telah banyak membagikan ilmunya
- 6 Bapak Anang Jatmoko Setiaji selaku pimpinan BPRS Suriyah cabang Semarang beserta stafnya (Mbak Angga, Mbak Egi, Pak Lani dan Mas Angke) yang telah bersedia meluangkan waktunya dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan(PKL)

- 7 Kedua orang tua penulis dan Adik tersayang dan terkasih yang selalu memberikan doa dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
- 8 Teman teman PBSA 2012 dan para sahabat yang telah membantu dan memberikan semangat yang luar biasa hingga terselesaikannya tugas akhir ini.

Penulis percaya bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurna Tugas Akhir ini.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Semarang, 15Mei 2015

Deklarator



**Ega Putri Adhiantoro**

NIM. 122503015

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Tinjauan Pustaka .....	9
E. Metodologi Penelitian .....	10
F. Sistematika Penulisan .....	12
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka .....	14
1. Pembahasan Deposito <i>Mudharabah</i> .....	14
a. Pengertian <i>Mudharabah</i> .....	14
b. Jenis Jenis <i>Mudharabah</i> .....	15
c. Manfaat <i>Mudharabah</i> .....	17
d. Risiko <i>Mudharabah</i> .....	17
e. Skema <i>Mudharabah</i> .....	18
f. Landasan Hukum .....	18
g. Karakteristik <i>Mudharabah</i> .....	22
h. Teknik Perbankan .....	23
i. Apliksai <i>Mudharabah</i> Dalam Perbankan Syariah .....	24

2.	Strategi Pemasaran Produk .....	25
a.	Pengertian Pemasaran dan Strategi Pemasaran .....	25
b.	Strategi Komunikasi Pemasaran Di Lingkungan Perbankan .....	26
c.	Strategi Pasar Sasaran .....	28
d.	Strategi Pemasaran Produk .....	31
B.	Penelitian Terdahulu .....	34
<b>BAB III : PEMBAHASAN</b>		
A.	Gambaran Umum BPRS Suriyah .....	36
1.	Sejarah Pendirian dan perkembangan PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah .....	36
2.	Legalitas Usaha .....	38
3.	Visi, Misi dan Motto .....	39
4.	Pengurus dan Pemegang Saham .....	40
5.	Struktur Organisasi .....	41
6.	Tugas dan Wewenang Pegawai BPRS Suriyah .....	42
7.	Produk Produk yang Dikeluarkan PT BPRS Suriyah .....	48
B.	Pembahasan Masalah .....	56
1.	Praktek Marketing Untuk Menarik Nasabah Deposito .....	56
2.	Pemilihan Jangka Waktu Pada 12 Bulan .....	59
<b>BAB IV : PENUTUP</b>		
A.	Kesimpulan .....	62
B.	Saran atau Rekomendasi .....	63
C.	Penutup .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perbankan syariah atau perbankan islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum islam). Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk memungut atau yang biasa disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha yang dikategorikan haram ( misal : untuk usaha produksi makanan/minuman yang haram, usaha media yang berbau sara, pornografi dan tidak islami). Menurut jenisnya bank syariah terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Pada Undang Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Pada pasal 2-3 tujuan perbankan syariah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional. Sedangkan menurut pasal 4, fungsi perbankan syariah selain melakukan fungsi penyaluran dan penghimpunan dana masyarakat, juga melakukan fungsi sosial, yaitu :

- a Dalam bentuk lembaga Baitul Maal yang menerima dana zakat, infaq, shodaqoh, hibah dan lainnya untuk disalurkan ke organisasi pengelola zakat.
- b Dalam lembaga keuangan syariah penerima wakaf uang yang menerima dan menyalurkannya ke pengelola (nazhir) yang ditunjuk.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan suatu lembaga keuangan yang terikat dengan peraturan pemerintah dibawah Departemen Keuangan atau juga peraturan Bank Indonesia (BI) yang sangat penting peranannya dalam sebuah kegiatan ekonomi dan perdagangan. Dalam menjalankan perannya sebagai lembaga perantara, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah melandaskan kegiatan usahanya pada kepercayaan masyarakat, baik dalam menghimpun dana maupun menyalurkan dana. Dalam menjalankan kegiatannya BPRS memiliki peranan penting dalam sistem keuangan untuk mendorong perekonomian nasional karena BPRS merupakan tempat bertransaksi, melakukan pembiayaan, serta menyimpan dana dalam bentuk tabungan dan deposito, hanya saja BPRS tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah cabang Semarang didirikan oleh umat islam yang dipelopori oleh tokoh pengusaha cilacap yaitu Bapak Drs. H. Mulia Budy Artha dan Ibu Dra. Hj. Sitti Fatimah berserta keluarga yang berada diluar daerah yang menginginkan adanya lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan prinsip syariah dikabupaten cilacap.

**Tabel 1.1**

**Perkembangan Asset PT BPRS Suriyah Cabang Semarang**

<b>Periode</b>	<b>Cabang Semarang</b>	<b>Konsolidasi</b>	<b>(%)</b>
Des 2005	-	Rp. 4.189.872.152,56	-
Des 2006	-	Rp. 6.129.515.730,89	-
Des 2007	-	Rp. 9.588.693.216,09	-

Des 2008	-	Rp. 15.506.313.678,70	-
Des 2009	-	Rp. 19.649.147.733,66	-
Des 2010	Rp. 1.586.139.494,63	Rp. 26.082.574.731,84	6.08 %
Des 2011	Rp. 6.560.728.079,35	Rp. 40.292.800.249,55	16.28%
Des 2012	Rp. 8.955.076.270,08	Rp. 51.763.756.966,26	17.29%
Des 2013	Rp. 13.025.453.211,06	Rp. 68.230.535.259,60	19.09%
Des 2014	Rp. 17.502.131.707,10	Rp. 78.012.833.014,81	22.43%

Sumber : Profil singkat BPRS Suriyah Cabang Semarang

Berkaitan dengan penghimpunan dana, PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah menawarkan produk diantaranya adalah Produk Tabungan iB Suriyah, Produk Tabungan iB Pelajar dan santri, Tabungan iB haji Baitullah, Tabungan iB Qurban, Tabungan iB Masa Depan Syari'ah Suriyah dan Deposito iB *Mudharabah*. Dari produk penghimpun dana (funding) diatas yang besar pengaruhnya dalam penyaluran dana (landing) kepada nasabah berupa pembiayaan adalah Deposito iB *Mudharabah* atau simpanan berjangka. Deposito merupakan investasi melalui simpanan pihak ketiga (perorangan atau badan hukum) yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu (jatuh tempo), dengan mendapatkan imbalan bagi hasil. Imbalan dibagi dalam bentuk berbagai pendapatan (revenue sharing) atas penggunaan dana tersebut secara syariah. jangka waktu deposito berkisar antara 1,3,6, dan 12 bulan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Karnaen Perwataatmadja dan M. Syafi'i Antonio, *Apa Dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1992, hal. 20

PT. BPRS Suriyah sendiri telah menerapkan akad mudharabah mutlaqoh untuk deposito dalam hal ini bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana). Berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqoh ini tidak ada pembatasan bagi pengelola dana dalam menggunakan dana yang dihimpun, ketentuan umum diantaranya adalah :

- a. Pengelola dana wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara resiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana yang dicantumkan dalam akad.
- b. Deposito mudharabah hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.
- c. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi bila pada akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan keuangan Perbankan Syariah*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2010, hal. 23

Tabel 1.2

**JUMLAH NASABAH DEPOSITO IB MUDHARABAH DI BPRS SURIYAH**

**(Periode 2012, 2013 dan 2014)**

Bulan	Tahun		
	2012	2013	2014
Januari	100	127	218
Februari	101	134	224
Maret	102	152	252
April	93	173	237
Mei	90	174	233
Juni	91	174	237
Juli	106	178	229
Agustus	111	178	234
September	123	181	233
Oktober	132	203	229
November	129	203	233
Desember	137	212	233
<b>Rata rata</b>	<b>109.58</b>	<b>174.08</b>	<b>231.83</b>

Sumber : Arsip data nasabah deposito BPRS Suriyah

Pada tabel di atas Jumlah nasabah yang mendepositokan dananya di BPRS Suriyah setiap bulan mengalami kenaikan dan penurunan, tetapi kenaikan dan penurunan ditiap bulan tidak terlalu signifikan. Jika di perhatikan dari rata rata jumlah nasabah deposito di BPRS Suriyah setiap tahunnya meningkat. Dan

dapat dibuktikan bahwa dari produk penghimpun dana (*funding*) yang besar pengaruhnya dalam penyaluran dana (*landing*) kepada nasabah berupa pembiayaan adalah Deposito iB Mudharabah atau simpanan berjangka. Menurut informasi yang penulis peroleh dari narasumber yaitu customer service BPRS Suriyah Cabang Semarang, kebanyakan dari nasabah lebih memilih menandatangani dananya di jangka waktu 12 bulan.

**Tabel 1.3**

**BONUS DAN BAGI HASIL PRODUK DEPOSITO**

**DEPOSITO PERORANGAN**

**(Periode Maret 2015)**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Nisbah</b>		<b>Indikasi Rate (%) Per tahun</b>
	<b>Nasabah</b>	<b>Bank</b>	
1 Bulan	45	55	7.18
3 Bulan	50	50	7.97
6 Bulan	55	45	8.77
12 Bulan	57.5	42.5	9.17

Sumber : Data bonus dan bagi hasil deposito

**Tabel 1.4****Bonus Dan Bagi Hasil Produk Deposito****(Periode FEBRUARI 2015)****DEPOSITO PERUSAHAAN/ YAYASAN/KOPERASI**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Nisbah</b>		<b>Indikasi Rate (%) Per tahun</b>
	<b>Nasabah</b>	<b>Bank</b>	
1 Bulan	45	55	7.18
3 Bulan	50	50	7.97
6 Bulan	55	45	8.77
12 Bulan	57.5	42.5	9.17

Sumber : Data bonus dan bagi hasil deposito

**Tabel 1.5****BONUS DAN BAGI HASIL PRODUK DEPOSITO****DEPOSITO ABP****(Periode Maret 2015)**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Nisbah</b>		<b>Indikasi Rate (%) Per tahun</b>
	<b>Nasabah</b>	<b>Bank</b>	
1 Bulan	50	50	7.97
3 Bulan	55	45	8.77
6 Bulan	55	45	8.77
12 Bulan	57.5	42.5	9.17

Sumber : Data bonus dan bagi hasil deposito

Dari tabel realisasi bonus dan bagi hasil produk deposito BPRS Suriyah periode bulan Februari 2015 dapat di lihat bahwa ada perbedaan nisbah bagi hasil disetiap periode bulannya. Oleh karena itu penulis ingin mengetahui mengapa nasabah kebanyakan lebih memilih mendepositokan dananya di 12 bulan, mengapa nisbah bagi hasil dan indikasi rate deposito di BPRS Suriyah dibedakan antara deposito perorangan, deposito perusahaan dan deposito ABP dan bagaimana prosedur marketing bisa mempertahankan dana deposan dari nasabah di jangka waktu 12 bulan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang diterangkan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yaitu :

- 1 Bagaimana praktek marketing untuk menarik nasabah deposito syariah di jangka waktu 12 bulan?
- 2 Mengapa nasabah kebanyakan lebih memilih mendepositokan dananya di jangka waktu 12 bulan?

## **C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### 1 Tujuan Penelitian

- a Untuk mengetahui bagaimana praktek marketing memasarkan produk Deposito Mudharabah dan siapa sasaran dari marketing.
- b Untuk mengetahui tentang produk Deposito Mudharabah di BPRS Suriyah dari segi nisbah bagi hasil dan perhitungan bagi hasil.

## 2 Manfaat Penelitian

### a Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai Deposito Mudharabah dan berbagai produk yang ada di BPRS Suriyah.

### b Bagi lembaga keuangan

Dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan produk Deposito iB Mudharabah.

### c Bagi Fakultas

Sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi mahasiswa mengenai produk Deposito iB Mudharabah.

## **D. Tinjauan Pustaka**

Untuk membantu menelaah lebih mendetail seperti yang sudah dipaparkan pada latar belakang, maka penulis mencoba melakukan kajian awal terhadap pustaka maupun karya karya yang mempunyai rujukan penulisan penelitian diantaranya adalah buku berjudul “Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia” karya Sutan Remy Sjahdeini buku terbitan Pustaka Utama Grafiti ini menjelaskan tentang tata hukum perbankan syariah, akad mudharabah dalam perbankan syariah dan lain lain.

Kemudian penulis juga menggunakan buku karangan H.Karnaen Perwataatmadja dan Muhammad Syafi’i Antonio yang berjudul “Apa dan Bagaimana Bank Islam” terbitan Dana Bhakti Wakaf yang menjelaskan

tentang konsep dan prinsip operasional bank islam, BPR Syariah dan IDB (*Islamic Development Bank*).

Kemudian buku karangan Murti Sumarni yang berjudul “Manajemen Pemasaran” terbitan Liberty Yogyakarta yang menerangkan tentang konsep konsep pemasaran, riset pemasaran dan sistem informasi pemasaran, membangun kepuasan nasabah dan perilaku konsumen, bauran pemasaran, dan strategi bersaing. Ketiga buku tersebut relevan dengan tema yang penulis usung.

## **E. Metodologi Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

Metode yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan (field research) yaitu pengumpulan data secara langsung kelapangan secara intensitas dengan analisa dan pengujian kembali atas semua yang telah dikumpulkan langsung di BPRS Suriyah Cabang Semarang.

### **2. Sumber Data**

#### **a Data Primer**

Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen instrumen yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti saat magang dari Customer Servise (Mbak Angga) dan AO (Bapak Lani dan Mas Angke) BPRS Suriyah.

## b Data Sekunder

Data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik. Data sekunder dalam penyusunan tugas akhir ini adalah lampiran dokumen dokumen dan buku buku yang berkaitan dalam sistem perhitungan bagi hasil deposito Desya Mudharabah pada BPRS Suriyah yang diperoleh dari perpustakaan UIN Walisongo dan Perpustakaan Daerah Semarang.

## 3. Metode Pengumpulan Data

### a. *Interview* (Wawancara)

Salah satu teknik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subyek penelitian atau responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancarayang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai. Penulis melakukan wawancara dengan Customer Service BPRS Suriyah yaitu Mbak Angga dan Pak Lani.

### b. *Dokumentasi*

Suatu penelaahan terhadap beberapa dokumen yang ada kaitannya dengan masalah penelitian dengan mengumpulkan data dan informasi melalui pihak kedua<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010, hal. 79

### *c. Observasi*

Pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Observasi merupakan cara penting untuk mendapatkan informasi yang pasti tentang orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan. Observasi dalam penelitian ini penulis dapatkan saat magang di BPRS Suriyah.

## 4. Analisis Data

Dari data data yang terkumpul, penulis berusaha menganalisis data tersebut. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu data yang diperoleh kemudian dituangkan dalam bentuk kata kata, kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan kenyataan yang realistis. Pada metode ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang menyangkut sesuatu pada saat berlangsungnya proses penelitian.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Berisi tentang pembahasan seputar deposito mudharabah seperti pengertian, jenis, manfaat, risiko, skema landasan hukum,

karakteristik, teknik dan aplikasi perbankan, strategi pemasaran produk dan Penelitian terdahulu.

### BAB III PEMBAHASAN

Berisi tentang Sejarah pendirian dan perkembangan PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah, legalitas usaha BPRS Suriyah, visi misi dan motto BPRS Suriyah, pengurus dan pemegang saham, Susunan organisasi, produk yang ada di PT BPRS Suriyah dan pembahasan masalah.

### BAB IV PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, saran/rekomendasi dan penutup.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A Tinjauan Pustaka

##### 1 Pembahasan Deposito Mudharabah

###### a Pengertian Mudharabah

Mudharabah menurut bahasa berasal dari kata *dharab* yang berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha artinya berjalan dibumi mencari karunia Allah yaitu rezeki. Mudharabah juga disebut dengan istilah lain yaitu *qiradh* dalam hal yang demikian itu investor atau pemilik modal disebut *muqarid*. Istilah mudharabah dipakai oleh Mazhab Maliki dan Syafi'i.

Menurut Abdur Rachman L. Doi, mudharabah dalam terminologi hukum adalah suatu kontrak di mana suatu kekayaan (*property*) atau persediaan (*stock*) tertentu (Ras Al-mal) ditawarkan oleh pemiliknya atau pengurusnya (Rab Almal) kepada pihak lain untuk membentuk suatu kemitraan (*joint partnership*) yang di antara kedua pihak dalam kemitraan itu akan terbagi keuntungan. Pihak yang lain berhak untuk mendapatkan keuntungan karena kerjanya mengelola kekayaan itu. Orang ini disebut *mudharib*. Perjanjian ini adalah suatu *contrac of co-part-nership*.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, Jakarta : Temprint, 1999. Hal.26

Secara teknis, al mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama sebagai *shahibul maal* (pemilik dana) menyediakan seluruh modal, sedang kan pihak kedua sebagai *mudharib* (pemngelola dana).keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.<sup>2</sup>

## **b Jenis Jenis Mudharabah**

Secara umum, mudharabah terbagi menjadi dua jenis yaitu :

### *1) Mudharabah Mutlaqah*

Deposito dijalankan dengan prinsip *mudharabah mutlaqah* karena pengelolaan dana deposito sepenuhnya menjadi tanggung jawab mudharib (*bank*). Tidak ada batasan bagi bank untuk menggunakan dana yang dihimpun karena nasabah tidak memberikan persyaratan apapun kepada bank untuk usaha apa dana yang disimpannya itu, ataupun mensyaratkan dananya diperuntukan bagi nasabah tertentu. Jadi bank memiliki kebebasan penuh untuk menyalurkan dana ini ke bisnis apapun yang diperkirakan menguntungkan.

Semua permintaan pembukaan deposito *mudharabah* harus dilengkapi dengan suatu akad atau kontrak atau perjanjian yang berisi antara lain, nama dan alamat shahibul maal, jumlah deposito, jangka waktu, nisbah pembagian keuntungan, cara pembayaran bagi hasil dan

---

<sup>2</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah Dari Teori ke Praktik, Jakarta : Gema Insani, 2001. Hal.95

pokok pada saat jatuh tempo serta syarat syarat lain deposito mudharabah yang lain.

Setiap tanggal jatuh tempo deposito, pemilik dana akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah dari hasil *investasi* yang telah dilakukan oleh bank. Bagi hasil akan diterima oleh pemilik dana sesuai dengan perjanjian akad awal pada saat penempatan deposito tersebut. Dalam syariat islam tidak dipermasalahkan jika bagi hasil ditambahkan ke pokoknya untuk kembali diinvestasikan.

Periode penyimpanan dana ditentukan berdasarkan periode bulanan. Bank dapat memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan (*bilyet*) deposito kepada pemilik dana. Deposito mudharabah hanya dapat ditarik sesuai dengan jatuh tempo yang disepakati.<sup>3</sup>

## 2) *Mudharabah Muqayyadah*

*Mudharabah muqayyadah* atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah mutlaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.

---

<sup>3</sup> Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Bagi Hasil*, jakarta : Grasindo, 2005, hal.57

**c Manfaat Mudharabah**

- 1) Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat.
- 2) Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami negative spread.
- 3) Pengembalian pokok pembiayaan disesuaikan dengan cash flow/ arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah.
- 4) 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) Prinsip bagi hasil dalam mudharabah ini berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap diberapapun keuntungan yang dihasilkan nasabah, sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.

**d Risiko Mudharabah**

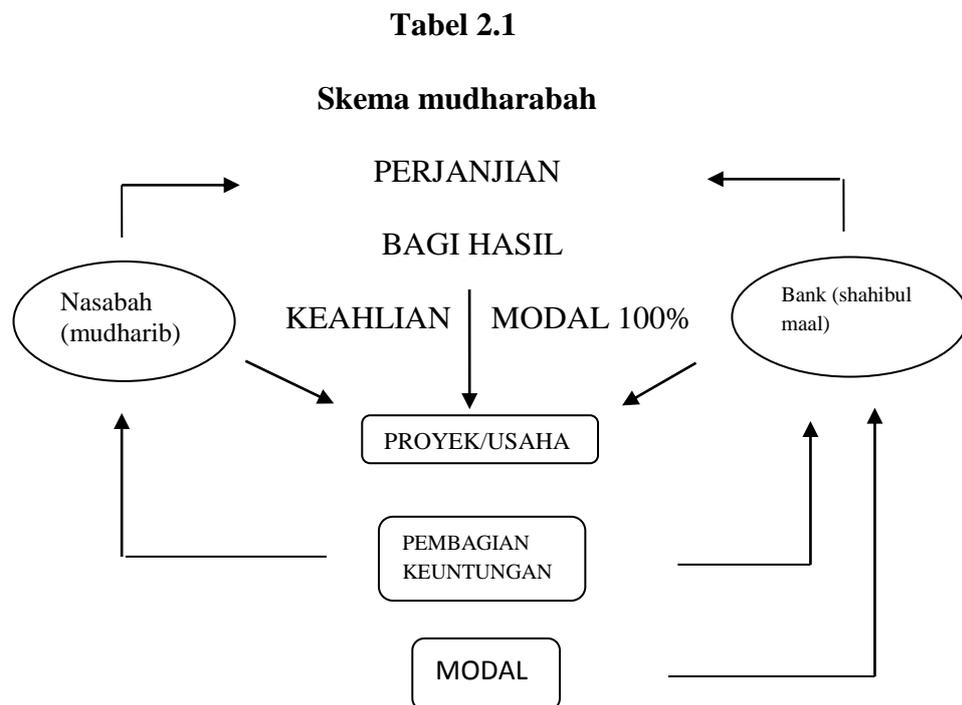
Risiko yang terdapat dalam mudharabah, terutama pada penerapannya dalam pembiayaan, relatif tinggi. Diantaranya :

- 1) Side streaming : nasabah menggunakan dana itu bukan seperti yang disebut dalam kontrak.
- 2) Lalai dan kesalahan yang disengaja.

3) Penyembunyian keuntungan oleh nasabah bila nasabahnya tidak jujur.

#### e Skema Mudharabah

Secara umum, aplikasi perbankan mudharabah dapat digambarkan dalam skema berikut<sup>4</sup> :



Sumber : Buku islamic banking bank syariah : dari teori ke praktik

#### f Landasan Hukum

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 tertanggal 1 April 2000 tentang deposito memberikan landasan syariah dan ketentuan tentang deposito mudharabah sebagai berikut :

<sup>4</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Islamic Banking BANK SYARIAH : dari teori ke praktek*, Depok : Gema Insani, 2001, hal.97

## 1) Firman Allah QS Annisa(4) ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِلْبَابٍ طَلٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “ Hai orang orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantaramu.”  
(QS: Annisa Ayat: 29)

## 2) Firman Allah QS Albaqarah(2) ayat 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ آمِنَ بَعْضُكُمْ بِعَصَا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي  
أُوْتِمِنَ أَمَّا نَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ  
عَلِيمٌ

Artinya : “ Jika kamu dalam perjalanan (dan bermua’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)

## 3) Firman Allah QS Almaidah(5) ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أَحَلَّتْ لَكُمْ بَيْعَتُكُمْ أَنْ تَبِيعُوا ۗ إِلَّا مَا يُنَالِي عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحْلِي الصِّدْقِ  
وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak kecuali yang

akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”  
(QS: Al-Maidah Ayat: 1)

4) Firman Allah QS Albaqarah (2) ayat 198

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ

وَاذْكُرُوهُ كَمَا

Artinya : “ Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rizki hasil perniagaan) dari Rabb-mu. Maka apabila kamu telah bertolak dari ‘Arafat, berdzikirlah ke-pada Allah di Masy’arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.”  
(QS: Al-Baqarah Ayat:198)

5) Firman Allah QS Al Muzzamimil ayat 20

... وَالْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ...

Artinya:”...dan orang-orang yang berjalan di bumi mencari sebagian karunia Allah SWT... “ (Q.S Al Muzzamil:20)

6) Firman Allah Qs Al-Jumu’ah ayat 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ...

Artinya: “Apabila telah diturunkan shalat maka bertebaranlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia Allah SWT..“(Al-Jumu’ah:10).

7) Hadis Nabi riwayat Ibnu Abbas

Abbas bin Abdul Muthalib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah. Ia mensyaratkan kepada mudharibnya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah serta tidak membeli hewan ternak, jika persyaratan itu dilanggar, ia harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu di dengar Rasulullah, beliau membenarkannya. (HR Thabrani dari Ibnu Abbas)

8) Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah

Nabi bersabda “ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk kepentingan rumah tangga, bukan untuk dijual (HR Ibnu Majah dari Shuhaib)

9) Ijma

Diriwayatkan oleh sejumlah sahabat menyerahkan (kepada orang, mudharib) harta anak yatim sebagai mudharabah dan tak ada seorangpun mengingkari mereka. Karenanya, hal itu dipandang sebagai ijma'. (Zuhaily, Al Fiqh Al Islami wa Adilatuhu, 1989, 4/838)

10) Qiyas

Transaksi mudharabah diqiyaskan kepada transaksi musaqah.

### 11) Kaidah Fiqih

Pada dasarnya, semua bentuk muammalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.

### 12) Para Ulama

Para ulama menyatakan bahwa dalam kenyataan banyak orang yang mempunyai harta namun tidak mempunyai kepandaian dalam usaha memproduktifkannya sementara itu, tidak sedikit pula orang yang tidak memiliki harta namun ia memiliki kemampuan dalam memproduktifkannya. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama diantara kedua pihak tersebut.<sup>5</sup>

### **g Karakteristik mudharabah**

- 1) Kedua pihak yang mengadakan kontrak antara pemilik dana dan mudharib akan menentukan kapasitas baik sebagai nasabah maupun pemilik.
- 2) Modal adalah sejumlah uang pemilik dana diberikan kepada mudharib untuk di investasikan (dikelola) dalam kegiatan usaha mudharabah.
- 3) Keuntungan adalah jumlah yang melebihi jumlah modal dan merupakan tujuan mudharabah.
- 4) Jenis usaha/pekerjaan diharapkan mewakili/menggambarkan adanya kontribusi mudharib dalam usahanya untuk mengembalikan atau

---

<sup>5</sup> *Ibid.* h. 54

membayar modal kepada penyedia dana. Jenis pekerjaan dalam hal ini berhubungan dengan masalah manajemen dari pembiayaan mudharabah itu sendiri.

- 5) Modal mudharabah tidak boleh dalam penguasaan pemilik dana, sehingga tidak dapat ditarik sewaktu waktu. Penarikan dana yang dilakukan setiap saat akan membawa dampak berkurangnya pembagian hasil usaha oleh nasabah yang menginvestasikan dananya.
- 6) Garansi dalam mudharabah untuk menunjukkan adanya tanggung jawab mudharib dalam mengembalikan modal kepada pemilik dana dalam semua pekerjaannya.<sup>6</sup>

#### **h Teknik Perbankan**

Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis himpunan dana yaitu tabungan mudharabah dan deposito *mudharabah*. Berdasarkan prinsip ini tidak ada batasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Berikut teknik dalam perbankannya :

- 1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah bagi hasil 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.

---

<sup>6</sup> *Wirosa, Penghimpunan ..., h.38*

- 2) Pihak bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan deposito kepada deposan.
- 3) Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati 1,3,6,12 bulan. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi nilai pada akad sudah tercantum perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.
- 4) Ketentuan ketentuan lain yang berkaitan dengan deposito tetap berlaku tergantung disetiap lembaga keuangan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.<sup>7</sup>

#### **i Aplikasi Mudharabah Dalam Perbankan Syariah**

Dalam mengaplikasikan mudharabah, penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan mudharabah atau ijarah seperti yang telah dijelaskan terdahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan pembiayaan mudharabah. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Bila bank menggunakannya untuk melakukan pembiayaan mudharabah, maka bank bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Dwi suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, yogyakarta : Pustaka Pelajar,2010, hal 23

<sup>8</sup> Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, yogyakarta : Ekonisia, 2004. Hal 59

## 2 Strategi Pemasaran Produk

### a Pengertian Pemasaran Dan Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan studi tentang proses pertukaran yaitu, bagaimana transaksi dimulai, dimotivasikan dan dikonsumsi. Pemasaran dapat disebut juga sebagai penciptaan pemberian suatu standar hidup, dengan tujuan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya.

Kolter menyebutkan bahwa, pemasaran adalah suatu proses sosial dan menjejrial antara individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain agar mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan di inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai<sup>9</sup>. Dengan demikian pemasaran dapat didefenisikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan adanya pengadaan barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan/laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi

---

<sup>9</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta : Liberty, 2002, hal.5

yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dipasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.

Seperti diketahui keadaan dunia usaha bersifat dinamis yang diwarnai dengan adanya perubahan dari waktu ke waktu dan adanya keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan atau aturan yang memberi arah kepada usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu .<sup>10</sup>

#### **b Strategi Komunikasi Pemasaran Dilingkungan Perbankan**

Komunikasi pemasaran atau promosi dilingkungan perbankan pada umumnya adalah sebagai berikut :

---

<sup>10</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Jakarta : Rajagrafindo Persada*, 2011, hal.167

- 1) Memperkenalkan dan menjual produk atau jasa yang dihasilkan oleh bank dengan maksud :
  - a. Memperkenalkan jika ada pengembangan produk (*product development*)
  - b. Untuk mengatasi kejenuhan nasabah
  - c. Untuk membuka pintu dan merintis jalan bagi *sales force*
  - d. Untuk mempengaruhi keputusan calon nasabah, terutama jika calon nasabah mengalami masalah dalam memilih beberapa alternatif penggunaan uang mereka
- 2) Agar bank dapat menghadapi persaingan yang semakin tajam dan semakin kompleks.

Dalam hal ini bank perlu mengamati kegiatan promosi yang telah dilakukan oleh pesaing. Sebab, persaingan bank dewasa ini sudah tidak pada persaingan harga lagi. Untuk itu bank harus menyusun program promosi yang agresif serta tepat guna. Meskipun untuk itu perlu adanya dukungan dana yang cukup dari pihak manajemen bank

- 3) Menjual *goodwill*, *image*, dan *idea* yang baik tentang bank.

Seperti kita ketahui bahwa, bank adalah bisnis kepercayaan dan petugas bank atau bankir bertugas menjual ide atau gagasan untuk memecahkan problema keuangan calon nasabah. Untuk itu, citra baik bank dan kesan baik nasabah terhadap bank perlu dijaga. Kualitas sistem layanan bank yang cepat dan akurat akan sangat mendukung tujuan tersebut.

Di lingkungan perbankan, terdapat dua sarana komunikasi pemasaran yaitu :

- 1) Sarana manusia terdiri dari :
  - a. Tenaga pejabat pemasaran atau *account officer*.
  - b. Para pakar perbankan.
  - c. Perhimpinan sosial atau organisasi masyarakat.
- 2) Sarana bukan manusia terdiri dari :
  - a. Surat kabar majalah
  - b. Radio, tv, film
  - c. Papan reklame
  - d. Suasana lingkungan kantor
  - e. Bank yang dapat membawa perasaan atau kesan positif.<sup>11</sup>

### **c Strategi Pasar Sasaran**

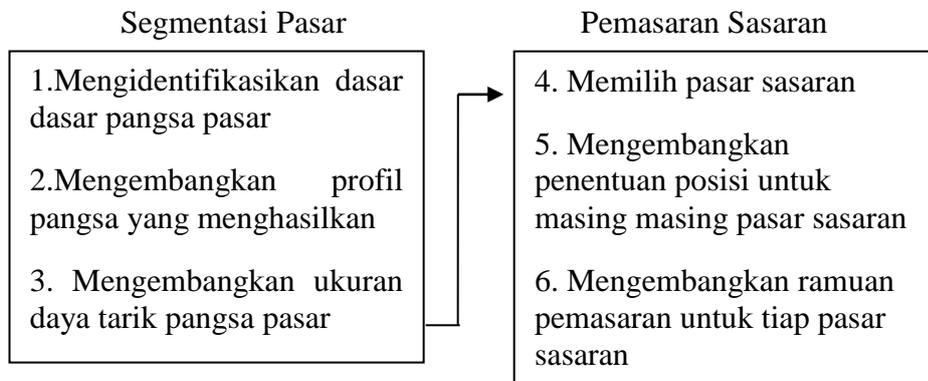
Apabila kita lihat kembali pengertian pasar secara umum bersifat heterogen atau beragam jenis pembeli. Oleh karena itu manajemen perlu membangun suatu kerangka segmentasi pasar yang dapat menjelaskan kelompok-kelompok utama yang membentuk pasar. Segmentasi pasar yaitu tindakan membagi pasar menjadi kelompok-kelompok nasabah yang jelas, yang memerlukan jasa bank atau marketing mix secara terpisah.

---

<sup>11</sup> Ibid. hal. 352

Tabel 2.2

## Langkah Langkah Dalam Segmentasi Pasar dan Pemasaran Sasaran



Sumber : Buku manajemen pemasaran bank

Dalam bisnis perbankan, segmentasi pasar dilakukan terutama karena adanya perbedaan tingkah laku nasabah, sehingga bank tentunya harus mempunyai strategi berbeda untuk menjangkau jenis jenis nasabah tertentu.

Faktor dominan yang dapat membedakan nasabah adalah :

- 1) Tingkat pendapatannya
- 2) Tingkat kepentingannya
- 3) Tingkat status sosialnya
- 4) Keperluan harga
- 5) Tingkat *brand awareness*

Semua perbedaan itu mengharuskan suatu bank mempunyai strategi khusus untuk mencapai semua jenis nasabah tersebut. Terdapat cara untuk dapat mencapai masing masing nasabah tersebut, yaitu dengan cara

menciptakan produk yang menasabah atau produk yang spesifik untuk pangsa pasar tertentu.

Syarat syarat segmentasi pasar yang efektif yaitu :

1)Dapat diukur

Sejauh mana besarnya pasar dan daya beli pasar ini dapat diukur. Sering kali variabel segmentasi tertentu adalah sukar diukur, atau variabel segmentasi tertentu menimbulkan masalah pengukuran yang sulit. Misalnya gaya hidup, status dan loyalitas dan sikap.

2)Dapat terjangkau

Sampai sejauh mana segmen-segmen ini dapat secara efektif dicapai dan dilayani. Apabila ternyata menjadi sangat mahal untuk mencapai dan melayani segmen itu melalui komunikasi dan pelayanan yang relatif unik, maka tidak ada gunanya membagi pasar menjadi segmen segmen tersebut. Misalnya, bank harus mencari kelompok orang yang mencemaskan penyimpanan atau penggunaan dananya.

3)Besarnya

Sejauh mana besarnya segmen pasar ini cukup menguntungkan sebuah segmen haruslah kelompok homogen sebesar mungkin yang sejalan dengan program pemasaran. Kurang menguntungkan misalnya, disuatu kota kecil bank mengadakan spesialisasi layanan kartu kredit untuk wanita.

#### 4) Dapat dilaksanakan

Sampai seberapa jauh program yang efektif itu dapat dirumuskan untuk menarik dan melayani segmen ini. Bank yang mengidentifikasi segmen namun bank tersebut tidak memiliki keahlian dan sumber daya untuk melayaninya secara cukup memadai, tidaklah bermanfaat<sup>12</sup>

#### **d Strategi Pemasaran Produk**

Apabila perusahaan atau bank ingin mengadakan komunikasi dengan pelanggannya, maka pertama kali pesan yang akan disampaikan harus diberi kode, yaitu harus merupakan penjabaran suatu ide kedalam seperangkat lambang yang sistematis yang menyatakan maksudnya. Maksud ini dinyatakan dalam bentuk pesan. Pemirsa akan memecahkan kode pesan tadi. Pesan tersebut sedapat mungkin harus merupakan lambang hal hal yang istimewa dari produk dalam arti kebutuhan serta keinginan pelanggan serta memiliki tujuan ganda yaitu komunikasi dan persuasi. Komunikasi yang baik dan efektif adalah hasil dari pengertian bersama antara komunikator dan pendengar atau pemirsa.<sup>13</sup>

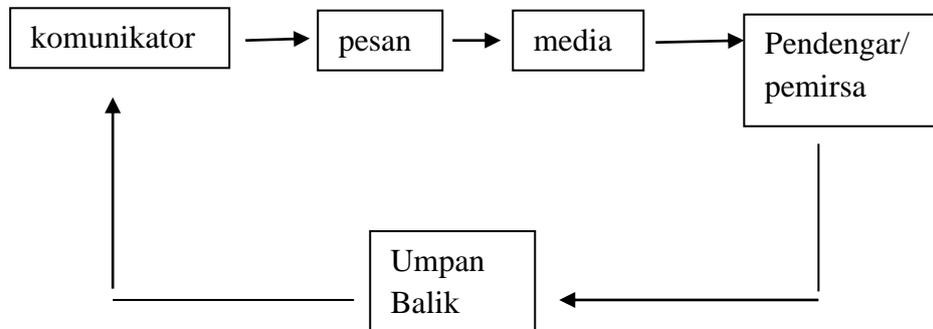
---

<sup>12</sup> Sumarni, *manajemen ...*, h.167

<sup>13</sup> *Ibid.* h.325

Tabel 2.3

## Proses Komunikasi Marketing



Sumber : Buku manajemen pemasaran bank

Petugas bank sebagai ujung tombak sistem pelayanan dalam hal komunikasi bank kepada nasabah, harus mampu dan terampil dalam mengkomunikasikan segala sesuatu tentang produk/jasa bank. Oleh karena itu, sistem pelayanan yang berkualitas, profesional disertai komitmen yang menyeluruh pada diri para petugas bank untuk melayani nasabah dan memberikan kepuasan untuk nasabah, menjadi faktor pendukung suksesnya penjualan produk bank tersebut.

Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan kendalan produk jasa bank yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan bank. Dalam hal ini, kualitas merupakan jaminan terbaik kesetiaan nasabah. Kualitas yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan nasabah yang lebih tinggi, sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan sering juga biaya yang lebih rendah. Oleh karena itu, program penyempurnaan kualitas pada umumnya meningkatkan *profitabilitas*.

Strategi yang perlu dilakukan bank :

- 1) Bank harus mendengarkan suara nasabah sehingga kualitas produk atau jasa bank tepat seperti yang diinginkan nasabah. Penyempurnaan kualitas jasa bank hanya akan berarti jika disadari dan dirasakan oleh nasabah. Kualitas promosi, pelayanan dan lain lain.
- 2) Perbaikan kualitas memerlukan komitmen total dari para petugas bank. Karyawan harus bekerja selaku team work untuk memuaskan nasabah internal dan nasabah eksternal.
- 3) Melalui bench marking, yaitu mengukur kinerja bank dibandingkan dengan pesaing terbaik dikelasnya dan berupaya meniru bahkan melampauinya, penyempurnaan kualitas produk atau jasa bank dapat ditingkatkan. Jadi, kualitas tidak dapat diperiksa saja tetapi harus direncanakan semenjak awal.<sup>14</sup>

Keberhasilan suatu pemasaran produk sangat ditentukan pula oleh baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya. Pelayanan yang diberikan dalam pemasaran suatu produk mencakup pelayanan sewaktu penawaran produk, pelayanan dalam pembelian atau penjualan produk itu, pelayanan sewaktu penyerahan produk yang dijual.

---

<sup>14</sup> *Ibid.* h. 229

## **B PENELITIAN TERDAHULU**

Menurut Fera Agustina (2008) Tugas Akhir yang berjudul “strategi pemasaran produk mudharabah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta” menerangkan tentang langkah promosi melalui media, kegiatan bhakti sosial, personal selling. Dengan perencanaan promosi yang matang akan membantu BMT BIF dalam mendapatkan nasabah. Perencanaan promosi tersebut diberikan langsung kepada bagian pemasaran berlandaskan intruksi dan wewenang yang telah diberikan kepada bagian pemasaran oleh pimpinan utama BMT BIF, sesuai dengan ketetapan manajer terhadap bagian pemasaran yang siap mengemban tugas disertai tanggung jawab dan sesuai dengan keahliannya. BMT BIF dalam menetapkan metode promosi guna meningkatkan jumlah nasabah menggunakan alat promosi melalui media cetak, media sosial, elektronik dll.

Menurut Wiwik Hidayati (2012) Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Funding Pada PT BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi” menerangkan tentang strategi pemasaran yang digunakan adalah bauran pemasaran : product, price, promotion, place, people, process, customer servise.

Menurut Rina Fitriliana(2010) Tugas Akhir yang berjudul “strategi pemasaran produk pada PT BNI Syariah Cabang Surakarta” menerangkan bahwa PT BNI Syariah cabang surakarta menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan sasaran yang dituju.

Hal tersebut dianalisa dan di implementasikan dari empat hal yang dikenal dengan 4P yaitu *Place, Product, Price, dan promotion*.

ya. Aamiin ya rabbal alaamiin.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. GAMBARAN UMUM BPRS SURIYAH**

##### **1) Sejarah Pendirian dan Perkembangan PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah Cabang Semarang**

Bank syariah suriyah atau juga yang disebut dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah “Suriyah” didirikan di Cilacap sebuah kota kabupaten di barat daya propinsi Jawa Tengah yang menjadi tempat kantor pusatnya.

Latar belakang pendirian BPRS Suriyah adalah umat islam yang dipelopori oleh tokoh pengusaha cilacap yaitu Bapak Drs. H. Mulia Budy Artha dan Ibu Dra. Hj. Sitti Fatimah beserta keluarga yang berada diluar daerah yang menginginkan adanya lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan prinsip syariah dikabupaten cilacap.

BPRS Suriyah didirikan dengan akta No.3 pada tanggal 6 Januari 2005 melalui akte notaris Naimah SH, MH di cilacap Nomor 47 tanggal 27 Desember 2005 dan telah di sah kan oleh Department Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor : C-02469 HT 01.01 tahun 2005 tertanggal 31 Januari 2005, masuk dalam berita Negara Republik Indonesia No. 62 tahun 2005 dan tambahan berita Negara No. 8311 serta beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar yang terakhir akta notaris No. 14 tanggal 12 Juni 2012 yang dibuat di hadapan notaris Sumardi, SH Notaris di cilacap dan

telah di terima oleh kementrian hukum dan ham Republik Indonesia dengan surat nomor AHU-AH.01.10-23812 tanggal 9 Juni 2012.

Bank Syariah Suriyah mulai beroperasi menjalankan kegiatan dibidang perbankan syariah sejak tanggal 1 April 2005 setelah mendapatkan salinan keputusan gubernur bank Indonesia No.7/14/kep.GBI/2005 pada tanggal 21 Maret 2005 dengan modal disetor sebesar 1 milyar. Setelah beroperasi selama kurang lebih 4 tahun, per Desember 2008 asset BPRS Suriyah telah mencapai Rp. 15,37 milyar,- dan per november 2009 memiliki asset sebesar Rp. 20,091 Milyar. Peningkatan asset ini dikarenakan pertumbuhan dana pihak ketiga (simpanan) cukup besar dan didukung jaringan kantor yang banyak. Selain kantor pusat, saat ini BPRS Suriyah memiliki kantor kas di pasar Kroya, payment point di RSI Fatimah, kantor kas di sidareja dan pada tanggal 27 juni 2009 telah membuka kantor kas majenang.

Pada tanggal 16 oktober 2010 dibuka kantor Cabang Semarang, yang beralamat di Jalan Indraprasta No. 39 Semarang dan pada tanggal 8 Oktober 2012 telah dibuka kantor kas SemarangTimur, yang beralamat di Jalan Supriyadi 218 Semarang, lalu pada taggal 22 Juli 2013 dibuka kantor cabang Kudus yang beralamat di Komplek Ruko KAI, Jl. A. Yani No.1 Kudus.

Adapun perkembangan asset PT BPRS Suriyah Cabang Semarang secara lengkap adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Perkembangan Asset PT BPRS Suriyah Cabang Semarang**

<b>Periode</b>	<b>Cabang Semarang</b>	<b>Konsolidasi</b>	<b>(%)</b>
Des 2005	-	Rp. 4.189.872.152,56	-
Des 2006	-	Rp. 6.129.515.730,89	-
Des 2007	-	Rp. 9.588.693.216,09	-
Des 2008	-	Rp. 15.506.313.678,70	-
Des 2009	-	Rp. 19.649.147.733,66	-
Des 2010	Rp. 1.586.139.494,63	Rp. 26.082.574.731,84	6.08 %
Des 2011	Rp. 6.560.728.079,35	Rp. 40.292.800.249,55	16.28%
Des 2012	Rp. 8.955.076.270,08	Rp. 51.763.756.966,26	17.29%
Des 2013	Rp. 13.025.453.211,06	Rp. 68.230.535.259,60	19.09%
Des 2014	Rp. 17.502.131.707,10	Rp. 78.012.833.014,81	22.43%

Sumber : Profil singkat BPRS Suriyah Cabang Semarang

## 2) Legalitas Usaha

**Tabel 3.2**  
**Legalitas Usaha BPRS Suriyah**

1	NPWP	:	02.158.055.0-522.000
2	TDP	:	11.08.1.65.00614 Berlaku s/d 3 Februari 2015
3	PENGESAHAN PT	:	Mentri Hukum dan Hak Azasi Manusia nomor 02469 HT.01.01. th 2005 tanggal

			31 Januari 2005  Berita Negara No. 62 Tambahan Berita Negara No. 8311 tahun 2005. Dan pengesahan akta Nomor 47 oleh Dirjen Administrasi Hukum Umum No. C-UM.02.01.5835 tanggal 12 April 2006
4	Surat Izin Usaha  Dari Bank  Indonesia	:	SK Gubernur Bank Indonesia No 7/014/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005

Sumber : Profil singkat BPRS Suriyah Cabang Semarang

### 3) Visi, Misi, Dan Motto PT. BPRS Suriyah

#### a. VISI BPRS Suriyah

- 1) Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian.
- 2) Mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan ummat.
- 3) Sehat diukur dari ketentuan/peraturan Bank Indonesia.
- 4) Memperluas jaringan pelayanan.
- 5) Pembinaan Sumber Daya Insani (SDI) yang profesional dan berintegritas.

b. M ISI BPRS Suriyah

- 1) Ikut membangun ekonomi umat.
- 2) Menyediakan produk-produk perbankan syariah yang mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan bisnis secara produktif, efisien, dan akuntabel. Pertumbuhan bank secara optimal.
- 3) Pertumbuhan bank secara optimal.
- 4) Memelihara hubungan kerja yang baik.

c. MOTTO BPRS Suriyah

“ Maju Bersama dalam Usaha sesuai Syariah “

**4) Pengurus dan Pemegang Saham**

Susunan Pengurus BPRS Suriyah adalah sebagai berikut :

a. Dewan Komisaris:

- 1) Komisaris Utama : Dra. Hj. Siti Chasanah
- 2) Komisaris : H. Mochammad Taufiqullah
- 3) Dewan Pengawas Syari'ah : Rezza Arief Budi Arta

b. Direktur Utama : Ahmad Mujahid, SE.MM

c. Direktur : M. Maruto Adi S, S.E

Susunan Pemegang saham BPRS Suriyah adalah sebagai berikut :

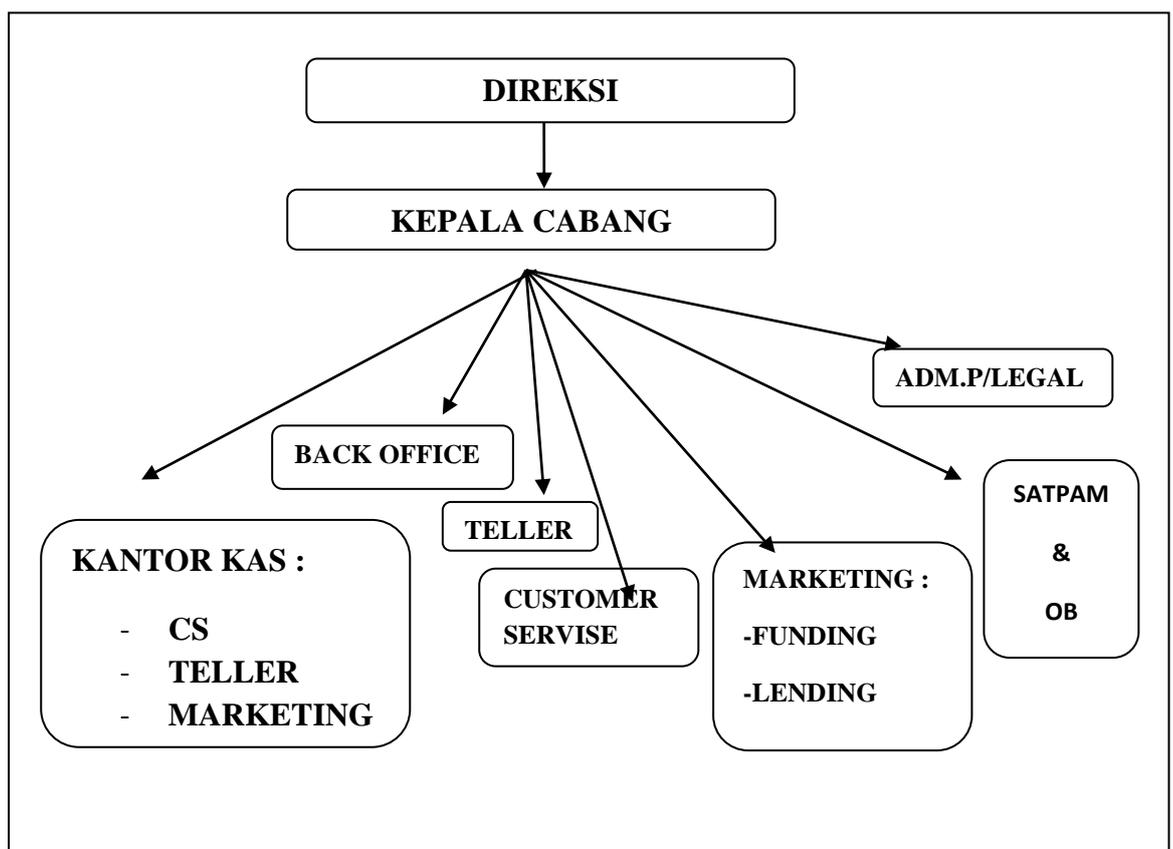
- a. Sitti Fatimah (39.00%)
- b. Mulia Budy Artha (20.00%)
- c. Aulia Hasnan Hariadi (5.00%)
- d. Ilma Marioa Fitriana (4.50%)

- e. Okty Prahalantya (17.50%)
- f. Ahmad Mujahid (1.50%)
- g. Ammy Amalia Fatma Surya(12.50%)

### 5) Struktur Organisasi dan Tugas

Tabel 3.3

**SUSUNAN ORGANISASI  
PT BPRS SURIYAH  
KANTOR CABANG SEMARANG**



Susunan Pengelola BPRS Suriyah cabang Semarang adalah:

- a. Kepala cabang : Anang Jatmoko Setiaji
- b. Customer Service : Anggarita Werdiningsih
- c. Teller : Enggar Pamularsih  
Puspa Sari Kinasih
- d. Back Office : Sri Indah Dwi Priyatiningasih
- e. Funding : Muhammad Qoshtolani  
Angke Winnetou  
Sentot Sapto Nugroho
- f. Lending : Alfianto Iman Santoso  
Prayudianto  
Dwi Anggoro S
- g. Admin Pembiayaan : Asyiful Umam
- h. Office Boy : Muhamad wakhidun
- i. Security : Nunung Efendi  
Himawan Yulian  
Syaeful Ashari

#### **6) Tugas dan Wewenang Pegawai BPRS Suriyah**

Berikut adalah pembagian tugas dan wewenang masing-masing jabatan di BPRS Suriyah Cabang Semarang:

- a. Tugas dan wewenang dan tanggung jawab kepala cabang:

1. Mewakili direksi dan atas nama perseorangan mengikat perseoran dengan pihak lain dengan perseoran sebatas lingkup kerja kantor cabang Semarang.
2. Bertanggung jawab terhadap operasional kantor cabang dan yang berhubungan dengan pihak intern dan ekstern perusahaan.
3. Merumuskan dan mengusulkan kebijakan umum kantor cabang untuk mengusulkan kebijakan umum kantor cabang dan program tahunan yang disetujui oleh direksi serta disahkan oleh dewan komisaris, agar tercapai tujuan serta kontinuitas operasional perusahaan.
4. Menyusun dan mengusulkan rencana anggaran cabang dan rencana kerja tahunan yang disetujui oleh direksi.
5. Mengajukan neraca dan laporan laba / rugi tahunan serta laporan-laporan berkala lainnya kepada direksi untuk mengetahui perkembangan kantor cabang.
6. Memberi persetujuan atas penggunaan formulir-formulir dan dokumen-dokumen lainnya dalam transaksi kantor cabang.
7. Menyetujui dan memutuskan pembiayaan yang diberikan sebatas maksimum dan selebihnya atas persetujuan direksi dan komisaris.
8. Menyetujui pengeluaran biaya rutin maksimum dan selebihnya atas persetujuan direksi.
9. Pembelian inventaris dan perlengkapan kantor cabang atas persetujuan direksi.

10. Mengamankan harta kekayaan perseroan agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan, dan kerusakan.

b. Tugas wewenang dan tanggung jawab costumer service:

1. Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk.
2. Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan rekening tabungan dan deposito.
3. Membantu nasabah dalam menutup rekening tabungan dan deposito.
4. Membantu nasabah dalam pencairan deposito.
5. Memberikan informasi saldo simpanan nasabah.
6. Menerima berkas pengajuan pembiayaan dari calon debitur.
7. Menyediakan materai untuk akad pembiayaan maupun bilyet deposito, dan bertanggung jawab atas pengelolaannya.
8. Membantu surat keluar dan memo internal.
9. Bertanggung jawab atas penomoran surat keluar, surat masuk, dan memo internal serta bertanggung jawab atas pengelolaannya.
10. Menyimpan berkas tabungan dan deposito.
11. Memberikan pelayanan informasi perbankan lainnya kepada nasabah, terutama dalam menangani permasalahan transaksi nasabah.

c. Tugas wewenang dan tanggung jawab teller:

1. Menerima setoran dari nasabah baik tunai maupun non tunai, kemudian memposting di sistem komputer bank.
2. Mengatur dan bertanggung jawab atas dana kas yang tersedia.
3. Memberikan pelayanan transaksi kepada nasabah yang bertransaksi tunai di kantor bank dan melakukan posting di sistem komputer bank.
4. Bertanggung jawab atas kecocokan pencatatan transaksi dengan dana kas yang terjadi secara harian.

d. Tugas wewenang dan tanggung jawab back office:

1. Bertanggung jawab terhadap pembukuan non kas serta pembukuan akuntansi akhir hari, akhir bulan, akhir tahun, dan laporan keuangan.
2. Membuat tiket dan membukukan transaksi non kas, pemindah bukuan, penyusutan, dan lain-lain.
3. Melakukan tugas-tugas dan membukukan transaksi yang tidak dilakukan oleh bagian operasional lainnya (misal transaksi kewajiban segera, aktiva dan pasiva).

e. Tugas wewenang dan tanggung jawab account office:

*Funding:*

1. Menghimpun dana baik dalam bentuk tabungan maupun deposito
2. Mencari atau menghubungi nasabah potensial.

3. Memberikan informasi seperti brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada nasabah.

*Lending:*

1. Bertanggung jawab dalam upaya menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang dinilai produktif.
  2. Mencari nasabah potensial yang layak diberikan fasilitas pembiayaan.
  3. Melakukan analisa untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari calon nasabah.
  4. Bertanggung jawab atas kelancaran pengambilan dana yang telah disalurkan.
  5. Melakukan penagihan, pengawasan, dan pembinaan terhadap nasabah yang telah memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank.
- f. Tugas wewenang dan tanggung jawab administrasi pembiayaan:
1. Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada peminjam.
  2. Menyusun rencana pembiayaan.
  3. Menerima pengajuan berkas pembiayaan.
  4. Melakukan analisis pembiayaan.
  5. Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan.

g. Tugas wewenang dan tanggung jawab security:

1. Bertanggung jawab menjaga dan mengendalikan keamanan lingkungan kantor dari segala bentuk kejahatan, ancaman keamanan, atau yang membuat keonaran kantor.
2. Bertanggung jawab menjaga dan memelihara semua asset yang ada di lingkungan kantor dari ancaman kejahatan.
3. Bertanggung jawab melindungi karyawan, nasabah, dan tamu dari ancaman gangguan kemanan atau kejahatan.
4. Membantu karyawan melayani nasabah disaat jam kerja kantor.
5. Memelihara dan menjaga kebersihan serta ketertiban lingkungan.
6. Mengatur parkir kendaraan dan mempersilahkan nasabah yang datang.
7. Membantu mengontrol dan mematikan semua peralatan kantor.
8. Bertanggung jawab mengunci semua pintu saat jam kantor selesai dan membukakan kembali saat jam kerja akan dimulai.

h. Tugas wewenang dan tanggung jawba office boys:

1. Bertanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan dan merawat alat-alat dan gedung kantor.
2. Melayani perintah yang menjadi kebutuhan kantor atau karyawan.
3. Menyediakan minum untuk tamu dan semua karyawan kantor.
4. Membantu mengoprasikan mesin foto copy jika dibutuhkan.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Company Profile BPRS Suriyah Cabang Semarang

## **7) Produk Produk yang Dikeluarkan PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah**

### **a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)**

Ada beberapa macam produk penghimpunan dana pada BPRS Suriyah antara lain :

#### **1) Tabungan wadi'ah**

Wadi'ah adalah simpanan pihak ketiga pada bank (perorangan atau badan hukum, dalam mata uang rupiah) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindahbukuan lainnya. Al-Wadi'ah adalah titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Al Wadi'ah Yad Dhamanah adalah titipan dana nasabah pada bank yang dapat dipergunakan oleh bank dengan seijin nasabah dimana bank menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh (sebesar pokok yang dititipkan). Implementasi tabungan wadi'ah :

#### **a. Tabungan iB Tasya Suriyah**

Tabungan Suriyah adalah tabungan dengan setoran awal minimal Rp. 20.000,00 dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 10.000,00 dengan biaya administrasi sebesar Rp. 500,00.

b. Tabungan iB Pelajar dan santri

Tabungan pelajar dan santri adalah tabungan yang khusus ditawarkan kepada pelajar dan santri sehingga diharapkan mereka dapat secara cermat mengatur keuangannya sejak dini dengan setoran awal Rp. 10.000,00 dan setoran berikutnya sebesar Rp. 5.000,00 dengan biaya administrasi Rp. 500,00.

Tabungan adalah jenis simpanan pada bank yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dalam mata uang rupiah dan penarikannya dapat dilakukan dengan cara tertentu.

2) Tabungan mudharabah

Tabungan yang dikelola dengan akad mudharabah mutlaqah (investasi tidak terikat), yaitu akad kerja sama antara pemilik dana (shahibul maal) dengan pengelola dana (mudharib) untuk mencari keuntungan atau hasil usaha, dengan pembagian hasil usaha sesuai porsi (nisbah) yang disepati pada saat awal akad. Penarikan hanya bisa diambil sesuai dengan kesepakatan. Implementasi tabungan Mudharabah :

a. Tabungan iB Tasya Haji Baitullah

Tabungan yang diperuntukan bagi umat islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT dengan setoran awal Rp. 100.000,00 dan setoran berikutnya Rp. 50.000,00

b. Tabungan iB Tasya Qurban

Tabungan yang diperuntukan bagi umat islam yang mempunyai ketetapan hati untuk berbagi dengan sesamanya melalui ibadah qurban. Setoran awal sebesar Rp. 25.000,00 dan setoran berikutnya Rp.10.000,00

c. Tabungan iB Tasya Tamansari

Tamansari adalah merupakan tabungan investasi dengan akad mudharabah mutlaqah dengan jumlah setoran telah ditentukan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan, triwulan) dan penarikannya hanya dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu sesuai kesepakatan.

Karakteristik Tamansari :

- 1) Setoran dilakukan secara berkala (bulanan atau triwulan).
- 2) Jumlah setoran tetap (minimal Rp. 50.000,00).
- 3) Jangka waktu ditentukan sendiri (minimal 3 tahun).
- 4) Bagi hasil dapat diketahui setiap akhir bulan dan secara otomatis menambah saldo tamansari.
- 5) Tabungan dapat diambil setelah kepesertaan selama 3 tahun.
- 6) Tabungan yang diambil sebelum masa kepesertaan 3 tahun tidak mendapatkan bagi hasil.

Keuntungan Tamansari :

- 1) Bagi hasil akan diberikan setiap bulan sesuai dengan nisbah yang disepakati.

- 2) Nisbah bagi hasil lebih menarik dari tabungan lainnya.
- 3) Bagi hasil setiap bulan akan terus menambah saldo Tamansari.
- 4) Nasabah bebas menentukan jangka waktu kesepakatan (minimal 3 tahun)
- 5) Jumlah setoran ditentukan sendiri dan sesuai kemampuan (minimal Rp.50.000,00)

Manfaat Tamansari :

- 1) Persiapan biaya pendidikan anak
- 2) Persiapan biaya walimah
- 3) Persiapan biaya haji dan umroh
- 4) Investasi jaminan hari tua
- 5) Investasi masa depan yang menguntungkan

### 3) Deposito iB Mudharabah

Deposito Mudharabah adalah jenis simpanan berjangka waktu 1,3,6,12 bulan, dengan akad bagi hasil dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang setelah jatuh tempo akan diberlakukan sama dengan baru, tetapi bila pada saat akad telah dicantumkan perpanjangan otomatis tidak perlu diperbaharui akad baru. Deposito Mudharabah ini menggunakan prinsip Mudharabah Mutlaqah.

**Tabel 3.4**  
**BONUS DAN BAGI HASIL PRODUK DEPOSITO**  
**DEPOSITO PERORANGAN**  
**(Periode Maret 2015)**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Nisbah</b>		<b>Indikasi Rate (%) Per tahun</b>
	<b>Nasabah</b>	<b>Bank</b>	
1 Bulan	45	55	7.18
3 Bulan	50	50	7.97
6 Bulan	55	45	8.77
12 Bulan	57.5	42.5	9.17

Sumber : Data realisasi bonus dan bagi hasil deposito

**Tabel 3.5**  
**BONUS DAN BAGI HASIL PRODUK DEPOSITO**  
**DEPOSITO PERUSAHAAN/ YAYASAN/KOPERASI**  
**(Periode Maret 2015)**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Nisbah</b>		<b>Indikasi Rate (%) Per tahun</b>
	<b>Nasabah</b>	<b>Bank</b>	
1 Bulan	45	55	7.18
3 Bulan	50	50	9.97
6 Bulan	55	45	8.77
12 Bulan	57.5	42.5	9.17

Sumber : Data bonus dan bagi hasil deposito

**Tabel 3.6**  
**BONUS DAN BAGI HASIL PRODUK DEPOSITO**  
**DEPOSITO ABP**  
**(Periode Maret 2015)**

<b>Jangka Waktu</b>	<b>Nisbah</b>		<b>Indikasi Rate (%) Per tahun</b>
	<b>Nasabah</b>	<b>Bank</b>	
1 Bulan	50	50	7.97
3 Bulan	55	45	8.77
6 Bulan	55	45	8.77
12 Bulan	57.5	42.5	9.17

Sumber : data realisasi bonus dan bagi hasil deposito

b. Produk Pembiayaan (Lending)

Ada beberapa produk pembiayaan pada BPRS Suriyah antara lain :

1) Pembiayaan menggunakan sistem bagi hasil :

a Mudharabah

Pembiayaan untuk modal usaha dengan modal 100 % dana bank, sedangkan nasabah bertanggung jawab melaksanakan kegiatan usaha dan manajemen, bank mempunyai hak untuk melakukan control dan pengawasan atas usaha yang dilaksanakan, keuntungan ditetapkan berdasarkan nisbah sesuai dengan kesepakatan bersama (antara bank dengan nasabah).

b Musyarakah

Pembiayaan untuk modal usaha dengan modal sebagian dana bank, sedangkan bertanggung jawabn melaksanakan kegiatan usaha, untuk keuntungan bagi hasil atas usaha yang dilaksanakan ditetapkan berdasarkan porsi masing-masing dengan nisbah sesuai kesepakatan bersama(antara bank dan nasabah).

2) Pembiayaan Menggunakan Sistem Jual Beli :

a Murabahah Adalah piutang untuk modal kerja, investasi ataupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang sesuai dengan harga pokok yang dibeli dari supplier atau pemasok ditambah dengan margin/keuntungan yang disepakati. Dalam hal piutang murabahah bank memberikan kuasa untuk ini bank diperbolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan. Uang muka tersebut dianggap sebagai pembayaran nasabah setelah jual beli antara bank dan nasabah terjadi(akad murabahah), sehingga hutang nasabah adalah seluruh harga jual bank kepada nasabah dikurangi pembayaran uang muka nasabah kepada bank(perhitungan margin dari jumlah riil dana yang dikeluarkan bank).

b Salam Adalah piutang untuk modal kerja maupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang berdasarkan pesanan nasabah dengan pembayaran dimuka sesuai dengan harga jual yang disepakati. Dari transaksi ini bank memperoleh margin/keuntungan.

c Istishna' Adalah piutang untuk investasi maupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang berdasarkan pesanan nasabah sesuai dengan harga jual yang disepakati. Dari transaksi ini bank memperoleh margin atau keuntungan.

3) Pembiayaan Menggunakan Sistem Sewa :

a Ijarah Adalah pembiayaan untuk sewa dimana pihak bank menyediakan barang atau obyek yang disewa dan menyewakan kepada nasabah. Dan bank mengambil jasa sewa dari barang/obyek yang disewakan.

b Ijarah Multijasa Adalah pembiayaan untuk pembayaran rumah sakit, sekolah/pendidikan, tenaga kerja dan pariwisata dimana pihak menyediakan barang atau obyek yang disewa dan menyewakan kepada nasabah. Dan bank mengambil jasa sewa dari barang atau obyek yang disewakan.

c Ijarah Muntahiya Bitamlik Adalah pembiayaan untuk investasi ataupun konsumsi dimana pihak bank menyediakan barang yang disewa dan biaya pemeliharaannya ditanggung sesuai kesepakatan dan sekaligus menyewakan kepada nasabah yang akhirnya barang yang disewa akan menjadi milik nasabah. Dari transaksi ini bank memperoleh margin/keuntungan.

4) Pembiayaan Menggunakan Sistem Pinjaman :

Qardh Merupakan produk pelengkap yang diberikan kepada nasabah dan karyawan yang sudah terbukti *loyalitas* dan *bonafiditasnya* yang

membutuhkan dana talangan segera. Nasabah tersebut harus mengembalikan secepatnya oleh karena itu produk ini berjangka waktu pendek. Sumber dana diambil dari dana *comersial bank* atau modal bank.

## **B. PEMBAHASAN MASALAH**

### **1 Praktek Marketing Menarik Nasabah Deposito**

Rumusan masalah yang di usung oleh penulis adalah “Bagaimana praktek marketing untuk menarik nasabah deposito syariah di jangka waktu 12 bulan?” berikut ulasan ulasannya :

Yang sudah kita ketahui bahwa Deposito adalah salah satu produk dalam perbankan yang sangat berpengaruh dalam hal keuntungan pada perusahaan tersebut karena dana deposan yang didepositokan ke bank mempunyai jangka waktu yang tidak dapat diambil sewaktu waktu, tidak seperti Tabungan yang dapat diambil kapanpun saat di butuhkan. Jadi, dana deposito dari nasabah dapat diputarakan oleh bank lalu kemudian nasabah akan mendapatkan bagi hasil yang telah disepakati.

Dana deposan jangka waktu 12 bulan yang sangat menguntungkan pihak bank maupun pihak nasabah. Menguntungkan pihak bank karena dengan jangka waktu yang lama tersebut bank dapat memutarakan dana tersebut dalam bentuk pembiayaan dengan jangka lama. Untuk itu peran marketing sangat berpengaruh dalam hal mencari nasabah yang akan mendepositokan uangnya pada jangka waktu 12 bulan. Karena cukup sulit untuk mencari

nasabah yang akan mendepositokan dananya pada jangka waktu 12 bulan maka marketing harus pandai dalam mempromosikan produk ini kepada masyarakat. Menguntungkan pihak nasabah karena pada jangka waktu 12 bulan nasabah mendapatkan bagi hasil yang tinggi, hal tersebut dapat dilihat dari indikasi rate pada jangka waktu 12 bulan tersebut paling tinggi.

Suatu ketika peneliti pernah melihat secara langsung bagaimana salah satu marketing di BPRS Suriyah yaitu Bapak Lani mempromosikan produk deposito kepada orang tua murid. Setiap hari senin hingga kamis saat magang berlangsung, peneliti diajak ke dua Sekolah Dasar, dimana Sekolah tersebut mempercayakan tabungan para siswa pada BPRS Suriyah. Salah satu tugas marketing BPRS Suriyah adalah menerima uang dari para siswa untuk ditabungkan. Saat itu ada salah satu orang tua murid yang datang untuk menabungkan uangnya, beliau tidak langsung ke bank melainkan melalui kami yang saat itu sedang berjaga di SD tersebut, saat itu Pak Lani mulai mengajak ngobrol orang tua murid tersebut, sepertinya mereka sudah kenal lama karena dilihat dari obrolannya pun tidak canggung dan sangat akrab. Saat itu orang tua murid tersebut bercerita tentang keuangannya kepada Pak Lani yang pada intinya beliau akan tabungkan semua uangnya. Saat itu peneliti melihat buku tabungan beliau, di dalam buku tabungan tersebut jumlah saldonya lumayan banyak dan jarang diambil. Kemudian Pak Lani pun menanyakan uang tersebut akan digunakan dalam waktu dekat atau masih lama akan digunakannya. Jika digunakannya masih lama lebih baik didepositokan pada jangka waktu 12 bulan dan orang tua murid

tersebut menjawab “ya masih lama pak, wong ini tabungannya buat biaya sekolah anak saya yang terakhir ini karna kakak kakaknya sudah bekerja semua” lalu Pak Lani menawarkan untuk di depositokan atau menggunakan produk Tamansari saja agar setiap bulan nya nanti bisa mendapatkan bagi hasil yang tinggi.

Dapat saya simpulkan, bahwa cara marketing di BPRS Suriyah dalam mempromosikan produk tersebut dengan cara mengenal dahulu bagaimana nasabah tersebut dan bagaimana latarbelakangnya. pada saat melakukan wawancara dengan customer servise BPRS Suriyah, peneliti bertanya tentang bagaimana cara marketing mempromosikan produk deposito ini yaitu berawal dari seperti cara Pak Lani yang menawarkan kepada nasabah tabungan atau nasabah lama lalu kepada ibu rumah tangga lalu ke pedagang kecil yang nantinya pasti akan disebarakan dari satu orang ke orang lainnya. Biasanya marketing juga mempromosikannya melalui brosur yang disebarakan ke beberapa wilayah.

Sulitnya marketing dalam mempromosikan produk deposito pada BPRS Suriyah adalah kurangnya pengetahuan masyarakat akan adanya Bank Syariah, apabila tahu pasti yang mereka ketahui hanyalah bank bank besar seperti Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri dan lain lain, karena Bank Pembiayaan Rakyat Syariah kurang dikenal oleh masyarakat, dan biasanya nasabah mencari gengsinya dalam menggunakan produk di bank bank besar seperti yang disebutkan diatas padahal dari bagi hasil yang diberikan lebih besar di BPRS.

## 2 Pemilihan Jangka Waktu Pada 12 Bulan

Rumusan masalah kedua yaitu “mengapa nasabah banyak memilih mendepositokan dananya pada jangka waktu 12 bulan?” jawabannya adalah sebagai berikut :

Dalam 5 tahun terakhir jumlah nasabah deposito semakin lama semakin meningkat dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

**Tabel 3.7**

### Jumlah Nasabah Deposito BPRS Suriyah

Bulan	Tahun			
	2012	2013	2014	2015
Januari	100	127	218	249
Februari	101	134	224	257
Maret	102	152	252	-
April	93	173	237	-
Mei	90	174	233	-
Juni	91	174	237	-
Juli	106	178	229	-
Agustus	111	178	234	-
September	123	181	233	-
Oktober	132	203	229	-
November	129	203	223	-
Desember	137	212	233	-
Rata rata	109,58	174,08	231,83	

Sumber : Data Arsip Nasabah Deposito BPRS Suriyah

Pada tabel tersebut dapat di simpulkan bahwa di setiap bulan dan di setiap tahun jumlah nasabah deposito BPRS Suriyah meningkat, dan dari data yang peneliti peroleh dari *Customer Service* BPRS Suriyah yaitu Mbak Angga, rata rata nasabah mendepositokan dananya pada jangka waktu 12 bulan karena dana nasabah tersebut tidak digunakan dalam jangka waktu dekat oleh nasabah tersebut atau nasabah tersebut mendepositokan dananya pada jangka waktu 12 bulan karena indikasi rate pada jangka waktu tersebut lebih tinggi dibanding jangka waktu lainnya.

Jika dilihat pada tabel bonus dan bagi hasil yang diterima oleh nasabah, Indikasi Rate yang paling tinggi terdapat pada jangka waktu 12 bulan dan realisasi nisbah bagi hasil yang didapat oleh nasabah dapat di ilustrasikan sebagai berikut :

- 1) Ibu Aziza memiliki dana sebesar Rp. 10.000.000 dan akan mendepositokan dananya tersebut di BPRS Suriyah pada jangka waktu 3 bulan. berapakah bagi hasil yang di peroleh ibu aziza perbulannya ?

$$\frac{10.000.000 \times 7.97 \%}{12} \times 20 \% = \text{Rp. } 53.133,33$$

- 2) Pak Dennis memiliki dana sebesar Rp. 10.000.000 dan akan mendepositokan dananya pada BPRS Suriyah pada jangka waktu 12

bulan, maka berapa bagi hasil yang di peroleh pak dennis setiap bulannya?

$$\frac{10.000.000 \times 9.17 \%}{12} \times 20 \% = \text{Rp. } 61.133,33$$

12

Dari kedua contoh tersebut ibu aziza dan pak dennis sama sama memiliki dana sebesar Rp. 10.000.000 untuk di depositokan di BPRS Suriyah akan tetapi keduanya saling berbeda dalam menentukan jangka waktu. Pak Dennis mendapatkan bagi hasil yang lebih banyak dari pada ibu Aziza di tiap bulannya, karena Pak Dennis memilih jangka waktu 12 bulan dan Ibu Aziza pada jangka waktu 3 bulan. Itulah mengapa para nasabah lebih memilih mendepositokan dananya pada jangka waktu 12 bulan.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan mengenai “PRAKTEK PEMASARAN PRODUK DEPOSITO SYARIAH DI BPRS SURIYAH CABANG SEMMARANG ”

Dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1 Aplikasi mudharabah dalam produk Deposito Syariah (Desya) mudharabah yang ada di BPRS Suriyah menggunakan akad mudharabah mutlaqah yakni akad yang pengelolaan dana deposito sepenuhnya menjadi tanggung jawab mudharib (bank). Dalam pengelolaan dana Deposito Syariah mudharabah tersebut BPRS Suriyah memberikan beberapa keuntungan seperti : proporsi nisbah bagi hasil yang lebih besar, indikasi rate yang diberikan pun tinggi, tidak ada pinalty hanya saja nasabah tidak mendapat bagi hasil dan keuntungan lain yaitu pilihan bulan yang flexibel. Praktek pemasaran yang digunakan oleh marketing BPRS Suriyah yaitu dengan cara mengenal terlebih dahulu bagaimana karakter nasabah dan latar belakangnya lalu melakukan pendekatan sederhana yang mengarah pada deposito di BPRS Suriyah. Cara lainnya yaitu dengan menawarkan produk Deposito tersebut ke Ibu rumah tangga, pedagang dan lain lain yang nantinya pasti akan ada promosi dari satu orang ke orang lain yang dilakukan oleh nasabah lalu juga marketing menyebarkan brosur ke beberapa wilayah di Semarang.

2. Dari data yang sudah dilampirkan, terdapat peningkatan jumlah nasabah deposito disetiap bulannya maupun setiap tahun, yang banyak mendepositokan dananya di jangka waktu 12 bulan karena bagi para shahibul maal bagi hasil pada jangka waktu 12 bulan cukup tinggi dibandingkan jangka waktu 1,3 dan 6 bulan.

## **B Saran atau rekomendasi**

1. BPRS Suriyah terus mengembangkan produk produknya sehingga dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya agar tujuan yang diinginkan terwujud.
2. Menurut saya dalam melakukan strategi pemasaran oleh perusahaan sebaiknya menggunakan teknik Decoy Effect. Decoy Effect adalah teknik psikologis dimana konsumen atau nasabah cenderung akan mengganti pilihan diantara 2 opsi jika diberikan opsi ketiga yang tidak seimbang. Sebagai ilustrasi, katakanlah disebuah toko ada harga sebagai berikut :  
Teh manis kecil.....3000  
Teh manis besar..... 7000  
Kemudian toko tersebut memberikan opsi lagi : teh manis sedang .....6500  
maka sebagian besar orang akan memilih yang besar, karena harga ukuran yang besar wajar wajar saja karena hanya selisih 500 dengan ukuran sedang.

### **C Penutup**

Dengan hati yang tulus dan ikhlas penulis mengucapkan Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya atas selesainya penulisan Tugas Akhir ini. Penulis sadar dalam pembuatan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan penulis dimasa yang akan datang, dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Aamiin ya rabbal alaamiin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofian. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Perwataatmaja, H. Karnaen. dan Muhammad Syafii Antonio. 1992. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sjahdeni, Sutan Remi. 1999. *Perbankan Islam dan Kedudukannya Dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta : Temprint.
- Sudarsono, Heri. 2004. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Ekonisia.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Liberty.
- Sug.yono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Suwknyo, Dwi. 2010. *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Wiroso. 2005. *Penghimpun Dana dan Distribusi Bagi Hasil*. Jakarta : Grasindo.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **Data Pribadi**

Nama : EGA PUTRI ADHiantoro  
Umur : 20 tahun  
Tanggal Lahir : 19 JULI 1994  
Bangsa : INDONESIA  
Agama : ISLAM  
Tempat Tinggal sekarang : PERUM BPI blok L13 NGALIYAN  
SEMARANG  
No telepon : 08122857211  
Email : egaputri59@gmail.com

### **Riwayat Pendidikan**

1. Tamatan SD Negeri Purwoyoso 11 Semarang, Lulus tahun 2006
2. Tamatan SMP Negeri 16 Semarang, Lulus tahun 2009
3. Tamatan SMA Negeri 8 Semarang, Lulus tahun 2012
4. Mahasiswa UIN Walisongo Semarang

Semarang, Juni 2015

Hormat saya,

**(Ega Putri Adhiantoro)**