

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN  
MURABAHAH PADA BANK MEGA SYARI'AH  
CABANG UNGARAN**



**TUGAS AKHIR**

Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syari'ah

Disusun oleh :

**RIRIN WIDIAWATI**

**NIM : 122503095**

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO SEMARANG**

**2015**

Taufiq Hidayat, Lc., MIS.  
Perum PEPABRI Rt/Rw 02/05 Boro Kulon  
Banyu Urip Purworejo

---

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : Empat (4) eks  
Hal : Naskah Tugas Akhir  
A.n : Sdri. Ririn Widiawati

Assalamualaikum *wr. wb.*

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

Nama : Ririn Widiawati

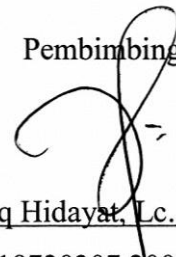
NIM : 122503095

Judul : **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN  
MURABAHAH PADA BANK MEGA SYARI’AH  
CABANG UNGARAN ”**

Dengan ini saya saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan.

Wassalamu’alaikum *wr. wb.*

Pembimbing,



Taufiq Hidayat, Lc., MIS.

NIP: 19720307 200604 1 002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp./Fax. (024) 7608454 Semarang, 50185  
Website : febi.Walisongo.ac.id – Email : Febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Ririn Widiawati  
Nim : 122503095  
Jurusan : D3 Perbankan Syari'ah  
Judul : **Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank  
Mega Syari'ah Cabang Ungaran**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, pada tanggal :

Ketua Sidang

Dr. Ari Kristin P., SE., M. Si.

NIP. 19790512 200501 2 004

Penguji I

Dr. H. Imam Yahya, M. Ag.

NIP. 19700410 199503 1 001



Sekretaris Sidang

Taufiq Hidayat, Lc., MIS.

NIP. 19720307 200604 1 002

Penguji II

Drs. Ghufron Ajib, M. Ag.

NIP. 19660325 199203 1 001

Pembimbing

Taufiq Hidayat, Lc., MIS.

NIP. 19720307 200604 1 002

## MOTTO

وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ<sup>ج</sup> وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ<sup>ج</sup> وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ<sup>ق</sup>

وَاتَّقُوا اللَّهَ<sup>ط</sup> وَيَعْلَمِ اللَّهُ<sup>ق</sup> وَأَلَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ<sup>ط</sup>

dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

Q.S Al-Baqarah: 282

## PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya.
2. Bapak Sishadi, Ibu Ponikem dan kakakku Dian Kurnia yang tercinta, tak pernah lelah untuk mendo'akan ku disetiap waktu, kasih sayang, motivasi, serta pengorbanan yang tidak ternilai dan tidak akan pernah terbalaskan, trimakasih untuk segala pengorbananmu untuk penulis. I Love You
3. Keluargaku tersayang yang selalu memberikan support dan bantuan disetiap aku kesulitan dalam menyelesaikan tugas kuliah dan juga tugas kerja, serta yang paling penting dalam pembuatan Tugas Akhir ini sampai selesai.
4. Mas Aris Widodo, yang selalu memberi dukungan, do'a, motivasi, cinta dan kasih sayang serta dengan sabar memberi semangat kepada penulis.
5. Sahabat-sahabat terbaikku Tiza Neliana Ulfa, Mega Ratna Sari, Ida Febriyana, dan teman-teman PBS C semua yang tidak dapat disebutkan, yang selalu tegak berdiri bersama-sama dalam suka maupun duka, meskipun kadang ada perselisihan diantara kita, tapi itu takkan membuat persahabatan kita bubar.
6. Seluruh pengelola Bank Mega Syari'ah yang telah membantu saya dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa tugas akhir ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 12 Mei 2015

Deklarator,



Ririn Widiawati

122503095

## ABSTRAK

Secara geografis, kantor Bank Mega Syariah Cabang Ungara terletak di Jln. Gatot Subroto Town Square Blok A.6 No. 77 Ungaran Jawa Tengah. Bank Mega syariah berupaya untuk amanah mensejahterakan umat. Sedangkan misinya, yang di emban adalah memberikan layanan jasa keuangan syariah terbaik bagi semua kalangan, melalui kinerja organisasi yang unggul, untuk meningkatkan nilai tambah bagi stakeholder dalam mewujudkan kesejahteraan bangsa.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara terhadap karyawan Bank Mega Syariah, observasi secara langsung terhadap obyek tertentu yang menjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana kerja di Bank Mega Syariah serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syariah dan dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Hasil penelitian yang telah penulis lakukan di Bank Mega Syariah menunjukkan bahwa produk Pembiayaan Murabahah yang terdapat pada Bank Mega Syariah yaitu Murabahah dengan Wakalah dan Murabahah tanpa Wakalah dan Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah yang digunakan pada Bank Mega Syariah yaitu:

1. Door too door

2. Iklan

Terdiri dari brosur, spanduk, media elektronik

3. Jemput bola

## KATA PENGANTAR

Allhamdulillah robbil'alamin, puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya sekalipun dalam bentuk yang sederhana guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Ahli Madya pada program Diploma 3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mencoba menganalisis pengaruh Lembaga Keuangan Syari'ah terhadap perkembangan ekonomi menengah. Dukungan penelitian ini berasal dari hasil pendidikan formal yang penulis peroleh selama duduk dibangku kuliah, bimbingan dan petunjuk dari dosen pembimbing kesempatan dan fasilitas yang diberi pihak manajemen Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran serta liniatur-liniatur sebagai penunjang yang penulis rangkai dalam satu bentuk judul: **“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran”**.

Terwujudnya Tugas Akhir tidak lepas bantuan, bimbingan motivasi semua pihak oleh karena itu ijinkanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat hidayah dan taufik Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar tanpa halangan yang berarti.
2. Nabi Agung Muhammad SAW merupakan suri tauladan dalam menjalani kehidupan di Dunia yang senantiasa penulis tunggu syafa'atnya baik di Dunia maupun Akhirat.
3. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak H. Johan Arifin, S.Ag, MM., selaku Kepala Program Studi D3 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang.
6. Bapak Taufiq Hidayat, Lc., MIS. saya ucapkan terimakasih karena telah bersedia membimbing saya, bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan fikiran dalam membimbing penyusun Tugas Akhir ini hingga terselesaikan dengan baik.



7. Kepada Bapak Maltuf Fitri selaku wali studi penulis selama penulis meniti pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
8. Seluruh dosen pengajar Program Diploma 3 Perbankan Syari'ah UIN Walisongo Semarang.
9. Segenap jajaran Karyawan Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.

Akhirnya, penulis menyadari atas keterbatasan yang miliki dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, sehingga masih ditemui banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat menantikan kritik dan saran dari pembaca. Namun sekecil apapun karya ini, penulis berharap hasil Tugas Akhir ini akan bermanfaat bagi pembaca

Semarang, 12 Mei 2015

Penulis

Ririn Widiawati

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
DEKLARASI .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Tinjauan Pustaka .....	6
F. Kerangka Teori .....	8
G. Metode Penelitian .....	10
H. Sistematika Penulisan .....	12

### **BAB II : GAMBARAN UMUM BANK MEGA SYARI'AH CABANG**

#### **UNGERAN**

A. Definisi Murabahah .....	14
1. Pengertian Murabahah .....	14
2. Dasar Hukum Murabahah .....	15
3. Rukun dan Syarat Murabahah .....	16
4. Fatwa DSN Tentang Ketentuan Murabahah .....	18
5. Manfaat Bai' al-Murabahah .....	20
6. Skema Bai' al-Murabahah .....	21

B. Definisi Strategi Pemasaran .....	22
1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	22
2. Bauran Pemasaran .....	23

### **BAB III : PEMBAHASAN**

A. Sejarah Berdirinya Bank Mega Syariah .....	31
B. Visi, Misi, dan Nilai Bank Mega Syariah .....	33
C. Struktur Organisasi Bank Mega Syariah Cabang Ungaran .....	34
D. Produk-Produk Bank Mega Syari'ah .....	38
E. Gambaran Umum Pembiayaan Murabahah di Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran	
1. Pengertian Murabahah .....	52
2. Skema Pembiayaan Murabahah .....	52
3. Kriteria Pembiayaan Murabahah .....	54
F. Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran .....	57
G. Hambatan-Hambatan yang dihadapi Bank Mega Syariah Cabang Ungaran dalam Menjalankan Strategi Pemasaran .....	59

### **BAB IV : ANALISA**

A. Analisa Pembiayaan Murabahah .....	61
B. Analisa Strategi Pemasaran .....	62

### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68
C. Penutup .....	69

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam pembicaraan sehari-hari, bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (*kredit*) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya.

Jika dilihat dari cara menentukan harga terbagi menjadi dua macam, yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syari'ah. Hal utama yang menjadi perbedaan antara kedua jenis bank ini adalah dalam hal penentuan harga, baik untuk harga jual maupun harga beli. Dalam bank konvensional penentuan harga selalu didasarkan kepada bunga, sedangkan dalam bank syari'ah didasarkan pada *konsep islam*, yaitu kerja sama dalam skema bagi-hasil, baik untung maupun rugi.<sup>1</sup>

Bank syariah sebagai sebuah lembaga keuangan mempunyai mekanisme dasar, yaitu menerima deposito dari pemilik modal (*depositor*) dan mempunyai kewajiban untuk menawarkan pembiayaan kepada investor pada sisi asetnya, dengan pola dan/atau skema pembiayaan yang sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi kewajiban, terdapat dua kategori utama, yaitu

---

<sup>1</sup> Khasmir, "Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya", Jakarta : Rajawali Pers, Cet. 12, 2013 h. 24 dan 166

interest-free current and saving accounts dan investment accounts yang berdasarkan pada prinsip PLS (profit and lost sharing) antara pihak bank dengan pihak depositor; sedangkan pada sisi asset, yang termasuk di dalamnya adalah segala bentuk pola pembiayaan yang bebas riba dan sesuai prinsip atau standar syariah, seperti *mudharabah*, *musyarokah*, *istisna*, salam, dan lain-lain.<sup>2</sup>

Sejak awal kelahirannya, perbankan syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan *renaissance* islam modern: neorevivalis dan modernis. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Upaya awal penerapan sistem profit and los sharing tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940 an, yaitu adanya upaya mengelola dana jama'ah Haji secara non konvensional. Rintisan Institusional lainnya adalah Islamic Rulal Bank di Desa Mit Ghamr pada tahun 1963 di Kairo, Mesir.

Setelah dua rintisan awal yang cukup sederhana itu bank islam tumbuh dengan sangat pesat. Sesuai dengan analisa Prof. Khursid Ahmad dan laporan *International Association Of Islamic Bank*, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari 200 lembaga keuangan islam beroperasi diseluruh dunia, baik di negara-negara berpenduduk muslim maupun Eropa, Australia dan America.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ali, Zainuddin, "*Hukum Perbankan Syariah*", Jakarta : Sinar Grafika, Cet. 1, 2008, h. 1

<sup>3</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, "*Bank Syari'ah dari teori ke Praktek*" Jakarta: Gema Insani, cet. ke-1, 2001, h. 18.

Atas dasar dorongan kebutuhan masyarakat terhadap layanan jasa perbankan syari'ah, bank syari'ah pertama berdiri pada tahun 1992. semenjak itu, pemerintah Indonesia mulai memperkenalkan *dual banking sistem*. Komitmen pemerintah dalam usaha pengembangan perbankan syari'ah baru mulai terasa sejak tahun 1998 yang memberikan kesempatan luas kepada bank syari'ah untuk berkembang. Tahun berikutnya, kepada Bank Indonesia (bank sentral) diberi amanah untuk mengembangkan perbankan syari'ah di Indonesia. Selain menganut strategi *market driven* dan *fair treatment*, pengembangan perbankan syari'ah di Indonesia dilakukan dengan strategi pengembangan terhadap yang berkesinambungan (*gradual and sustainable approach*) yang sesuai dengan prinsip Syari'ah (*comply to Sharia principles*). Tahap pertama dimaksudkan untuk meletakkan landasan yang kuat bagi pertumbuhan industri (2002-2004). Tahap berikutnya memasuki fase untuk memperkuat struktur industri perbankan syari'ah (2005-2009). Tahap ketiga perbankan syari'ah diarahkan untuk dapat memenuhi standar keuangan dan mutu pelayanan internasional (2010-2012). Sedangkan tahap keempat mulai terbentuknya integrasi lembaga keuangan syari'ah (2013-2015). Pada tahun 2015 diharapkan perbankan syari'ah Indonesia telah memiliki pangsa yang signifikan yang ikut ambil bagian dalam mengembangkan ekonomi Indonesia yang mensejahterakan masyarakat luas.<sup>4</sup>

Seiring dengan perkembangan tersebut mulai banyak bermunculan lembaga-lembaga keuangan, khususnya lembaga keuangan bank yang menggunakan sistem perbankan syari'ah yang salah satunya adalah Bank

---

<sup>4</sup> Ascarya, "Akad dan Produk Bank Syari'ah" Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, cet. ke-1, 2008, h. 203

Mega Syari'ah lahir untuk memperkenalkan dan memberikan produk-produk perbankan yang berlandaskan syari'ah.

Peran umum Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran adalah melakukan pendanaan pada usaha-usaha yang dilakukan masyarakat dengan berdasarkan pada sistem perekonomian syari'ah islam. Untuk menjalankan peranannya tersebut, maka terdapat produk penyaluran dana yang berupa pembiayaan dengan menggunakan akad sesuai dengan syari'at islam, seperti akad *Murabahah* (jual beli). Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan yang banyak digunakan oleh bank-bank syari'ah karena memiliki tingkat risiko yang lebih kecil serta proses dan prakteknya lebih mudah dibandingkan pembiayaan yang lainnya.

Dari uraian diatas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji pembiayaan *murabahah* yang merupakan penyaluran dana yang dilaksanakan di Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran. Oleh karena itu, penulis membahas dalam bentuk tugas akhir dengan judul "STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN *MURABAHAH* PADA BANK MEGA SYARI'AH CABANG UNGARAN".

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam pelaksanaan pembiayaan *Murabahah* yang dilakukan oleh Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan yang diharapkan bisa dicapai dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam pelaksanaan pembiayaan *Murabahah* yang dilakukan oleh Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang bisa diambil antara lain:

1. Bagi penulis:
  - a. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah informasi tentang pembiayaan *Murabahah*, sehingga penulis mendapatkan strategi pemasaran dalam pelaksanaan pembiayaan *Murabahah* dalam perbankan syari'ah khususnya di Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.
  - b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan antara teori yang didapat ketika masa kuliah dan praktek aplikasi langsung dalam pemagangan di Bank Mega Syari'ah Cabanh Ungaran.
2. Bagi pihak yang terkait:
  - a. Dapat dijadikan koreksi pada Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.
  - b. Dalam penyaluran dana dengan akad *Murabahah* Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran lebih lancar dan kondusif.



3. Bagi pembaca:
  - a. Sebagai salah satu sarana untuk sosialisasi / pengenalan kepada masyarakat tentang produk pembiayaan *Murabahah* yang ada pada Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.
  - b. Sebagai tambahan referensi dan informasi khususnya bagi mahasiswa mengenai produk pembiayaan *Murabahah* di Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Sebelum penelitian yang akan penulis laksanakan, telah ada beberapa hasil penelitian yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran. Tetapi hasil-hasil penelitian tersebut belum ada yang membahas tentang Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Mega Syari'ah. Beberapa karya ilmiah dan hasil penelitian sebelumnya yang pokok bahasannya hampir sama dengan penelitian ini adalah:

*Pertama*, Dalam skripsi yang disusun oleh Moh. Ulin Nuha dengan judul: Analisis Implementasi Pembiayaan *Murabahah* dan dalam Satu Transaksi di BPR Syari'ah Asad Alif Sukorejo Kendal, didalamnya dijelaskan bahwa implementasi pembiayaan *murabahah* dengan di BPR Syari'ah Asad Alif Sukorejo Kendal dilaksanakan dalam upaya pemberian kekuasaan kepada nasabah untuk membeli barang yang diinginkan secara mandiri. yang bertujuan untuk membantu atau memudahkan nasabah agar dapat mendapatkan hak kepemilikan atas suatu barang yang dikehendaki nasabah.

Implementasi pembiayaan *murabahah* dan dalam satu transaksi di BPRS Asad Alif Sukorejo Kendal, lebih tepat dikatakan sebagai akad

pinjaman atau hutang kepada nasabah untuk membantu nasabah menutup kekurangan atas modal awal yang dimiliki nasabah untuk membeli barang yang ada pada supplier. Disini bank tidak memenuhi ketentuan untuk menjadi seorang penjual. Alasan yang sangat jelas terlihat dikarenakan barang yang masih ada dibawah kekuasaan pihak ketiga (supplier) bukanlah milik bank. Ketika bentuk itu sudah menjadi akad utang piutang, maka tidak diperkenankan mengenakan tambahan atas pinjaman. Jika hal ini dilakukan, besar kemungkinan bahwa hal tersebut termasuk dalam salah satu cara pengambilan riba. **Moh. Ulin Nuha (2102172), Analisis Implementasi Pembiayaan *Murabahah* dan dalam Satu Transaksi di BPR Syari'ah Asad Alif Sukorejo Kendal, Fakultas Syari'ah, 2008.**

*Kedua*, Dalam skripsi yang disusun oleh Damsiri dengan judul Strategi Pemasaran Pembiayaan OTO iB Hasanah di BNI Syari'ah cabang Semarang, didalamnya dijelaskan tentang pembiayaan OTO iB Hasanah yang menggunakan analisis SWOT pemasaran yang dilakukan tidak begitu berhasil. Dengan hasil yang sangat kecil dari pembiayaan lainnya yang menggunakan akad *murabahah*. Hal itu terjadi karena banyak tantangan yang dihadapi dalam pemasaran produk pembiayaan ini. **Damsiri (092503015), judul Strategi Pemasaran Pembiayaan OTO iB Hasanah di BNI Syari'ah cabang Semarang, Fakultas Syari'ah, 2012.**

## F. Kerangka Teori

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin turbulen.<sup>5</sup>

Pembiayaan *murabahah* merupakan skim yang muncul karena bank tidak memiliki barang yang diinginkan oleh pembeli, sehingga bank harus melakukan transaksi pembelian atas barang yang diinginkan kepada pihak lainnya yang disebut supplier. Dengan demikian, dalam skim ini bank bertindak selaku penjual di satu sisi dan disisi lain bertindak sebagai pembeli. Kemudian bank akan menjualnya lagi kepada pembeli dengan harga yang telah disesuaikan yaitu harga beli bank dan margin keuntungan yang telah disepakati. Pembiayaan *murabahah* merupakan salah satu dari konsep pembiayaan yang berdasarkan jual beli yang bersifat amanah. Landasan islam dari pada pembiayaan *murabahah* ini adalah Q.S. Al-Baqarah 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
 مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

<sup>5</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, h. 119

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba). Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba). Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Hal-hal yang lain terkait *murabahah* dapat diungkap secara sederhana seperti syarat *murabahah* dapat dilaksanakan sebagai berikut:

1. Pihak yang berakad
2. Objek yang diperjualbelikan
3. Akad atau *shighat*<sup>6</sup>

Konsep pengembangan strategi pemasaran berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu. Hal ini dapat terpenuhi dengan penyediaan suatu sarana yang disebut bauran pemasaran, yang sering juga disebut sebagai basis strategi, yang mencakup berikut ini:

- a. *Produk*. Meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing-masing lini.
- b. *Harga*. Menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan,
- c. *Distribusi*. Saluran retail yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.

---

<sup>6</sup> Nurul Huda dan Mohammad Haikal, Lembaga Keuangan Islam, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 41

- d. *Komunikasi pemasaran*. Mempertimbangkan pengguna periklanan, personal selling, promosi penjualan, direct marketing dan public relation secara tepat.<sup>7</sup>

## G. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah sekumpulan teknik atau cara yang digunakan dalam penelitian yang meliputi proses, pelaksanaan dan pelaporan hasil penelitian.

### 1. Jenis Penelitian

Metode yang dipakai dalam membahas penelitian tentang mekanisme pembiayaan *murabahah* di Bank Mega Syariah Cabang Ungaran, yaitu menggunakan metode penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran) dan menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati.<sup>8</sup>

### 2. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan pada kali ini ada dua macam, yaitu:

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrument yang telah

---

<sup>7</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, h. 133

<sup>8</sup> Jusuf Soewadji, MA, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2012, h. 51

ditetapkan. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah buku dan hasil wawancara langsung yang dilakukan dengan pihak-pihak yang bersangkutan dengan Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini.<sup>9</sup>

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, karena jenis penelitiannya menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*), maka metode pengumpulan datanya dilakukan melalui:

- a. Observasi, dilakukan dengan mengamati fakta mengenai dunia kenyataan dan menganalisis di tempat lembaga keuangan yang disini di peroleh dari Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.
- b. Wawancara, merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, yang dilakukan secara langsung kepada pihak Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.
- c. Dokumentasi, merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau laporan-laporan untuk

---

<sup>9</sup> Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 79

mengumpulkan data tentang keadaan Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.<sup>10</sup>

#### 4. Analisis Data

Analisis data merupakan faktor yang penting dalam suatu penelitian. Analisis adalah suatu proses menghubungkan-hubungkan, memisahkan, dan mengelompokkan antara fakta satu dengan fakta yang lain sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai akhir pembahasan.<sup>11</sup>

Untuk itu, digunakan metode *deskriptif analisis* yakni menggambarkan dan pendekatan ini maka data yang diperoleh kemudian penulis analisa antara data pembiayaan dan praktek pembiayaan *murabahah* dengan teori dan konsep yang ada.

### H. Sistematika Penulisan

#### BAB I : PENDAHULUAN

Memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

#### BAB II : STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK MEGA SYARI'AH CABANG UNGARAN

Berisi sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi dan deskripsi jabatan, produk-produk dan strategi pemasaran

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2009. h. 226-240

<sup>11</sup> Abdullah Saed, *Bank Islam dan Bunga (Studi Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga)*, Jakarta; Senayan Abadi, 2011, h. 137

produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Mega Syari'ah  
Cabang Ungaran

**BAB III :** TEORI STRATEGI PEMASARAN DAN *MURABAHAH*

Pada bab ini menguraikan tentang strategi pemasaran dan akad *murabahah* secara terperinci.

**BAB IV :** ANALISA

Pada bab ini akan membahas tentang analisis strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* pada Bank Mega Syai'ah Cabang Ungaran.

**BAB V:** PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran–saran penyusun yang diharapkan berguna bagi penulis, nasabah, pengelola Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran dan pihak lain.



## BAB II

### PEMBAHASAN UMUM TENTANG *MURABAHAH* DAN STRATEGI PEMASARAN

#### A. Definisi *Murabahah*

##### 1. Pengertian *Murabahah*

Secara linguistik, *murabahah* berasal dari kata *ribh* yang bermakna tumbuh dan berkembang dalam perniagaan. Perniagaan yang dilakukan mengalami perkembangan dan pertumbuhan. Menjual barang secara *murabahah* berarti menjual barang dengan adanya tingkat keuntungan tertentu, misalnya mendapat keuntungan 1 dirham atas harga pokok pembelian 10 dirham (*Lisan al 'Arab*, jilid 5, hal. 103 bahasan *ribh*).

Secara istilah, terdapat definisi yang diberikan ulama. Diantaranya, Ibnu Rusyd al Maliki mengatakan (*Bidayah al-mujtahid*, Jilid II, hal. 178), *murabahah* adalah jual beli komoditas dimana penjual memberikan informasi kepada pembeli tentang harga pokok pembelian barang dan tingkat keuntungan yang diinginkan.<sup>12</sup>

Dalam *bai' al-murabahah*, penjual harus member tahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Misalnya, pedagang eceran membeli computer dari grosir dengan harga Rp. 10.000.000,-, kemudian ia menambahkan keuntungan sebesar Rp. 750.000,- dan ia menjual kepada si pembeli dengan harga Rp.

<sup>12</sup> Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010, h.

10.750.000,-. Pada umumnya, si pedagang eceran tidak akan memesan dari grosir sebelum ada pesanan dari calon pembeli dan mereka sudah menyepakati tentang lama pembiayaan, besar keuntungan yang akan diambil pedagang eceran, serta besarnya angsuran kalau memang akan dibayar secara angsuran.<sup>13</sup>

## 2. Dasar Hukum *Murabahah*

### a. Al-Qur'an

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿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”. (An-Nisa: 29)<sup>14</sup>

### b. Al-Hadits

عَنْ أَبِي سَعِيْدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُوْلَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَا  
لَ: اِتِّمَامَ الْبَيْعِ عَنْ تَرَاضٍ (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان)

Artinya:

Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka.” (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban)

<sup>13</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori Kepraktek*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001, h. 101

<sup>14</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Hilal, 2010, h. 122

### 3. Rukun dan Syarat *Murabahah*

#### a. Rukun *Murabahah*

Rukun dari akad *murabahah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

- 1) Pelaku akad, yaitu *ba'i* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytari* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- 2) Objek akad, yaitu *mabi'* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga).
- 3) *Shighah*, yaitu *Ijab* dan *Qobul*.<sup>15</sup>

#### b. Syarat *Murabahah*

- 1) Penjual member tahu biaya modal kepada nasabah.
- 2) Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang ditetapkan.
- 3) Kontrak harus bebas dari riba.
- 4) Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian.
- 5) Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.

Secara prinsip, jika syarat dalam (1), (4), atau (5) tidak dipenuhi, pembeli memiliki pilihan:<sup>16</sup>

- 1) Melanjutkan pembelian seperti apa adanya,
- 2) Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuan atas barang yang dijual,

<sup>15</sup> Ascarya, *Akad dan produk bank syariah*, Jakarta : PT Raja Grafindo, 2008, h. 82

<sup>16</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori Kepraktek*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001, h. 102

3) Membatalkan kontrak.

Beberapa syarat pokok *murabahah* menurut Usmani (1999), antara lain sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) *Murabahah* merupakan salah satu bentuk jual beli ketika penjual secara terang menyatakan biaya perolehan barang yang akan dijualnya dan menjual kepada orang lain dengan menambahkan tingkat keuntungan yang diinginkan.
- 2) Tingkat keuntungan dalam *murabahah* dapat ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama dalam bentuk *lump sum* atau persentase tertentu dari biaya.
- 3) Semua biaya yang dikeluarkan penjual dalam rangka memperoleh barang, seperti biaya pengiriman, pajak, dan sebagainya dimasukkan ke dalam biaya perolehan untuk menentukan harga agregat dan margin keuntungan didasarkan pada harga agregat ini. Akan tetapi, pengeluaran yang timbul karena usaha, seperti gaji pegawai, sewa tempat usaha, dan sebagainya tidak dapat dimasukkan ke dalam harga untuk suatu transaksi. Margin keuntungan yang diminta itulah yang meng-*cover* pengeluaran-pengeluaran tersebut.
- 4) *Murabahah* dikatakan sah hanya ketika biaya-biaya perolehan barang dapat ditentukan secara pasti. jika biaya-biaya tidak dapat dipastikan, barang/ komoditas tersebut tidak dapat dijual dengan prinsip *murabahah*.

---

<sup>17</sup> Ascarya. Op.cit. h. 83-84

#### 4. Fatwa DSN Tentang Ketentuan *Murabahah*<sup>18</sup>

Pembiayaan *murabahah* telah diatur dalam Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000. Dalam fatwa tersebut disebutkan ketentuan umum mengenai *murabahah*, yaitu sebagai berikut:

1. Bank dan nasabah harus melakukan akad *Murabahah* yang bebas riba.
2. Barang yang diperjual belikan tidak diharamkan oleh syari'ah Islam.
3. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
4. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
5. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
6. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini bank harus member tahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
7. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
8. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.

---

<sup>18</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010, h. 141

9. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

Aturan yang dikenakan kepada nasabah dalam *murabahah* ini dalam fatwa adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

1. Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
2. Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
3. Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
4. Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
5. Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
6. Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
7. Jika uang muka memakai kontrak '*urbun* sebagai alternatif dari uang muka, maka:

---

<sup>19</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010, h. 142

- a. jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
- b. jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.<sup>20</sup>

##### 5. Manfaat Bai' al-Murabahah<sup>21</sup>

Sesuai dengan sifat bisnis (*tijarah*), transaksi *bai' al-murabahah* memiliki beberapa manfaat, demikian juga risiko yang harus diantisipasi. Bai' al-*murabahah* memberi banyak manfaat kepada bank syariah salah satunya adalah adanya keuntungan yang muncul dari selisih harga beli dari penjual dengan harga jual kepada nasabah. Selain itu, sistem *bai' al-murabahah* juga sangat sederhana. Hal tersebut memudahkan penanganan administrasinya di bank syariah.

Di antara kemungkinan risiko yang harus diantisipasi antara lain sebagai berikut:

- a. *Default* atau kelalaian, nasabah sengaja tidak membayar angsuran.
- b. Fluktuasi harga komparatif. Ini terjadi bila harga suatu barang dipasar naik setelah bank membelikannya untuk nasabah. Bank tidak bisa mengubah harga jual beli tersebut.
- c. Penolakan nasabah, barang yang dikirim bisa saja ditolak oleh nasabah karena berbagai sebab. Bisa jadi karena rusak dalam perjalanan

---

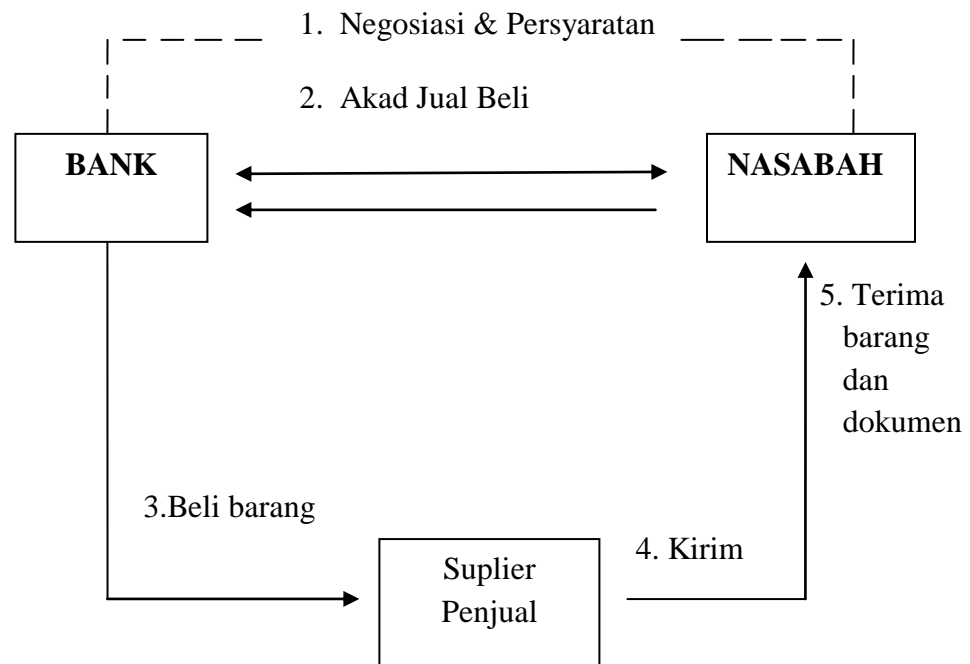
<sup>20</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Ibid*, h. 142

<sup>21</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktek*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001, h. 106

sehingga nasabah tidak mau menerimanya. Karena itu, sebaiknya dilindungi dengan asuransi. Kemungkinan lain karena nasabah merasa spesifikasi barang tersebut berbeda dengan yang ia pesan. Bila bank telah menandatangani kontrak pembelian dengan penjualannya, barang tersebut akan menjadi milik bank. Dengan demikian, bank mempunyai risiko untuk menjualnya kepada pihak lain.

- d. Dijual, karena *bai' al-murabahah* bersifat jual beli dengan utang, maka ketika kontrak ditandatangani, barang itu menjadi milik nasabah. Nasabah bebas melakukan apa pun terhadap asset miliknya tersebut, termasuk untuk menjualnya. Jika terjadi demikian, risiko untuk *default* akan besar.<sup>22</sup>

#### 6. Skema Bai' al-Murabahah<sup>23</sup>



<sup>22</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori Kepraktek*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001, h. 107

<sup>23</sup> Ibid



Ket:

1. Bank bertindak sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli.  
 Harga jual adalah harga beli Bank dari produsen ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.
2. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlaku akad.
3. Bank Syariah memesan barang yang telah dipesan nasabah kepada pemasok atau penjual utama.
4. Setelah barang dipesan, supplier mengirimkan barang kepada nasabah.
5. Nasabah menerima pesanan barang dan dokumen yang diperlukan dari supplier.
6. Nasabah melakukan pembayaran pembelian barang kepada bank sesuai kesepakatan. Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan.

## **B. Definisi Strategi Pemasaran**

### 1. Pengertian Strategi Pemasaran<sup>24</sup>

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 dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada

---

<sup>24</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h. 168

masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

## 2. Bauran Pemasaran<sup>25</sup>

Bauran Pemasaran (Marketing Mix) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses. Bauran Pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya. Bauran Pemasaran produk barang mencakup 4P: *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Sedangkan untuk jasa keempat hal tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para pakar pemasaran menambahkan tiga unsur lagi : *people*, *process*, dan *customer service*. Dengan demikian, unsur bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu:

### 1. *Product* (produk): jasa seperti apa yang ingin ditawarkan.

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut “*the offer*“. Terutama pada produk jasa yang

---

<sup>25</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, h. 74

kita kenal tidak menimbulkan beralihnya kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.

2. *Price* (harga): bagaimana strategi penentuan harga

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

Dalam memutuskan strategi penentuan harga harus diperhatikan tujuan dari penentuan harga itu sendiri yaitu bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, gengsi atau *prestise* dan pengembalian atas investasi.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan harga adalah positioning (pemosisian) jasa, sasaran perusahaan, tingkat persaingan, siklus hidup jasa, elastisitas permintaan, struktur biaya, sumber daya yang digunakan, kondisi ekonomi secara umum dan kapasitas jasa.

3. *Promotion* (promosi): bagaimana promosi yang harus dilakukan

Hal yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi. Bauran promosi terdiri atas:<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, Ibid, h. 74

a. Iklan (*advertising*)

Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, dan membedakan diri perusahaan satu dengan perusahaan lain yang mendukung positioning jasa.

Beberapa tujuan periklanan yaitu iklan yang bersifat memberi informasi, iklan membujuk, iklan pengingat dan iklan pemantapan. Ada beberapa pilihan media yang dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan, antara lain surat kabar, majalah, radio, televisi, papan reklame dan surat langsung.

b. Penjualan Perseorangan (*Personel Selling*)

Penjualan perseorangan mempunyai peranan yang sangat penting dalam pemasaran jasa, karena:<sup>27</sup>

- 1) Interaksi secara personal antara penyedia jasa dan konsumen sangat penting.
- 2) Jasa tersebut disediakan oleh orang bukan oleh mesin.
- 3) Orang merupakan bagian dari produk jasa.

Sifat penjualan perorangan dikatakan lebih luwes karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli. Selain itu, tenaga penjualan juga dapat

---

<sup>27</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, Ibid, h. 120

segera mengetahui reaksi calon pembeli terhadap penawaran penjualan, sehingga dapat mengadakan penyesuaian-penyesuaian di tempat pada saat itu juga.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)<sup>28</sup>

Promosi penjualan adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya. Point of sales promotion terdiri atas brosur, lembar informasi, dan lain-lain.

Promosi penjualan dapat diberikan kepada:

- 1) Konsumen, berupa penawaran cuma-cuma, sampel, demo produk, kupon, pengembalian tunai, hadiah, kontes, dan garansi.
- 2) Perantara, berupa barang cuma-cuma, diskon, advertising allowances, iklan kerja sama, distribution contests, penghargaan.
- 3) Tenaga penjualan, berupa bonus, penghargaan, *contest*, dan hadiah untuk tenaga penjualan terbaik.

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)<sup>29</sup>

Hubungan masyarakat melibatkan upaya untuk menstimulasi minat positif dalam organisasi dan produknya dengan memberikan rilis berita, mengadakan konferensi pers, menyelenggarakan event

---

<sup>28</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Ibid*, h. 120

<sup>29</sup> Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010, h. 205

khusus, dan mensponsori kegiatan yang bisa diliput media yang dilakukan oleh pihak ketiga.

e. Informasi dari mulut ke mulut (*word of month*)

Rekomendasi dari pelanggan lain biasanya dianggap lebih dipercaya ketimbang kegiatan promosi yang berasal dari perusahaan dan dapat sangat memengaruhi keputusan orang lain untuk menggunakan (atau menghindari) suatu jasa. Kenyataannya, makin besar resiko yang dirasakan pelanggan dalam membeli suatu jasa, makin aktif mereka mencari dan mengandalkan berita mulut ke mulut (*word of mounth*) untuk membantu pengambilan keputusan mereka.<sup>30</sup>

f. Pemasaran Langsung

kategori ini mencakup seperti surat, email, dan pesan teks. Saluran-saluran ini memberikan potensi pesan personal yang dikirimkan kepada segmen terbatas yang disasar secara khusus. Strategi langsung seperti ini cenderung berhasil saat pemasar memiliki basis data informasi yang rinci mengenai pelanggan dan calon pelanggan.<sup>31</sup>

4. *Place* (tempat) : bagaimana sistem penyampaian jasa yang akan diterapkan

Tempat dalam jasa merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan

---

<sup>30</sup> Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, Ibid, h. 216

<sup>31</sup> Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, Ibid, h. 206

bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis.<sup>32</sup>

5. *People* (orang): jenis kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa.

Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya.

6. *Process* (proses): bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

Proses dapat dibedakan dalam dua cara yaitu:

- a. Kompleksitas (*complexity*), berhubungan dengan langkah-langkah dan tahapan proses.
  - b. Keragaman (*divergence*), berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah-langkah atau tahapan proses.
7. *Customer Service* (layanan konsumen): tingkat jasa yang bagaimana yang akan diberikan konsumen.

Layanan konsumen meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi. Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan sesudah transaksi, karena itu

---

<sup>32</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006 h. 73

kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan respons yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.<sup>33</sup>

### 3. Syariah Marketing

Kita mengenal 4P sebagai *marketing-mix*, yang elemen-elemennya adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi) yang diperkenalkan oleh Jerome McCarthy. *Product* dan *price* adalah komponen dari tawaran (*offers*), sedangkan *place* dan *promotion* adalah komponen dari akses (*access*). Karena itu, *marketing-mix* yang dimaksud adalah bagaimana mengintegrasikan tawaran dari perusahaan dengan akses yang tersedia.<sup>34</sup>

Bagi perusahaan syariah, untuk komponen tawaran (*offer*), Produk dan harga haruslah didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan, sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kualitas produk harus sesuai yang ditawarkan. Jadi, sangat dilarang bila perusahaan menyembunyikan kecacatan dari produk-produk yang mereka tawarkan. Sedangkan dalam menentukan harga, perusahaan haruslah mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi. Sebaliknya, jika seseorang telah mengetahui keburukan yang ada di balik produk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut.

Komponen akses (*access*) sangat berpengaruh terhadap bagaimana usaha dari perusahaan dalam menjual produk dan harganya. Promosi bagi

---

<sup>33</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, Ibid, h. 75-76

<sup>34</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung : PT Mizan Pustaka, 2006 h.177



perusahaan yang berlandaskan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau servis-servis perusahaan tersebut. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu, promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam *syariah marketing*. Dalam menentukan *places* atau saluran distribusi, perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan *target market* sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga, pada intinya, dalam menentukan *marketing-mix*, proses integrasi terhadap *offer* dan *access*, harus didasari oleh prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Ibid*, h. 178

**BAB III**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN *MURABAHAH***

**PADA BANK MEGA SYARIAH CABANG UNGARAN**

**A. Sejarah Berdirinya Bank Mega Syariah<sup>36</sup>**

Berawal dari PT Bank Umum Tugu (Bank Tugu). Bank umum yang didirikan pada 14 Juli 1990 tersebut diakui sisi CT Corpora—dahulu bernama Para Group—melalui PT Para Global Investindo dan PT Para Rekan Investama pada 2001. Sejak awal, para pemegang saham memang ingin mengonversi bank umum konvensional itu menjadi bank umum syariah. Keinginan tersebut terlaksana ketika Bank Indonesia mengizinkan Bank Tugu dikonversi menjadi PT Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) pada 27 Juli 2004. Pengonversian tersebut dicatat dalam sejarah perbankan Indonesia sebagai upaya pertama pengonversian bank umum konvensional menjadi bank umum syariah.

Pada 25 Agustus 2004, BSMI resmi beroperasi. Hampir tiga tahun kemudian, pada 7 November 2007, pemegang saham memutuskan perubahan bentuk logo BSMI ke bentuk logo bank umum konvensional yang menjadi sister company-nya, yakni PT Bank Mega, Tbk, tetapi berbeda warna. Sejak 2 November 2010 sampai dengan sekarang, bank ini berganti nama menjadi PT Bank Mega Syariah.

Untuk mewujudkan visi “Bank Syariah Kebanggaan Bangsa”, CT Corpora sebagai pemegang saham mayoritas memiliki komitmen dan

---

<sup>36</sup> Sejarah BMS <http://www.megasyariah.co.id> tanggal 15 Maret 2015

tanggung jawab penuh untuk menjadikan Bank Mega Syariah sebagai bank umum syariah terbaik di industry perbankan syariah nasional. Komitmen tersebut dibuktikan dengan terus memperkuat modal bank. Dengan demikian, Bank Mega Syariah akan mampu memberikan pelayanan terbaik dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan kompetitif di industry perbankan nasional. Misalnya, pada 2010, sejalan dengan perkembangan bisnis, melalui rapat umum pemegang saham (RUPS), pemegang saham meningkatkan modal dasar dari Rp400 miliar menjadi Rp1,2 triliun dan modal disetor bertambah dari Rp150,060 miliar menjadi Rp318,864 miliar. Saat ini, modal disetor telah mencapai Rp769,814 miliar.

Di sisi lain, pemegang saham bersama seluruh jajaran manajemen Bank Mega Syariah senantiasa bekerja keras, memegang teguh prinsip kehati-hatian, serta menjunjung tinggi asas keterbukaan dan profesionalisme dalam melakukan kegiatan usahanya. Beragam produk juga terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta didukung infrastruktur layanan perbankan yang semakin lengkap dan luas, termasuk dukungan 393 jaringan di seluruh Indonesia.

Untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat sekaligus mengukuhkan semboyan “Untuk Kita Semua”, pada 2008, Bank Mega Syariah mulai memasuki pasar perbankan mikro dan gadai. Strategi tersebut ditempuh karena ingin berperan lebih besar dalam peningkatan perekonomian umat yang mayoritas memang berbisnis di sector usaha mikro dan kecil.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> *Ibid*

Sejak 16 Oktober 2008, Bank Mega Syariah telah menjadi bank devisa. Dengan status tersebut, bank ini dapat melakukan transaksi devisa dan terlibat dalam perdagangan internasional. Artinya, status itu juga telah memperluas jangkauan bisnis bank ini, sehingga tidak hanya menjangkau ranah domestik, tetapi juga ranah internasional. Strategi perluasan pasar dan status bank devisa itu akhirnya semakin memantapkan posisi Bank Mega Syariah sebagai salah satu bank umum syariah terbaik di Indonesia.

Selain itu, pada 8 April 2009, Bank Mega Syariah memperoleh izin dari Departemen Agama Republik Indonesia (Depag RI) sebagai bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPS BPIH). Dengan demikian, bank ini menjadi bank umum kedelapan sebagai BPS BPIH yang tersambung secara online dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat) Depag RI. Izin itu tentu menjadi landasan baru bagi Bank Mega Syariah untuk semakin melengkapi kebutuhan perbankan syariah umat Indonesia.<sup>38</sup>

## **B. Visi, Misi, dan Nilai Bank Mega Syari'ah<sup>39</sup>**

Berikut akan dipaparkan visi, misi, dan nilai-nilai Bank Mega Syariah.

### **Visi**

Bank syariah yang tumbuh dan sejahtera bersama bangsa.

### **Misi**

1. Bertekad mengembangkan perekonomian syariah melalui sinergi dengan semua pemangku kepentingan.

---

<sup>38</sup> Ibid

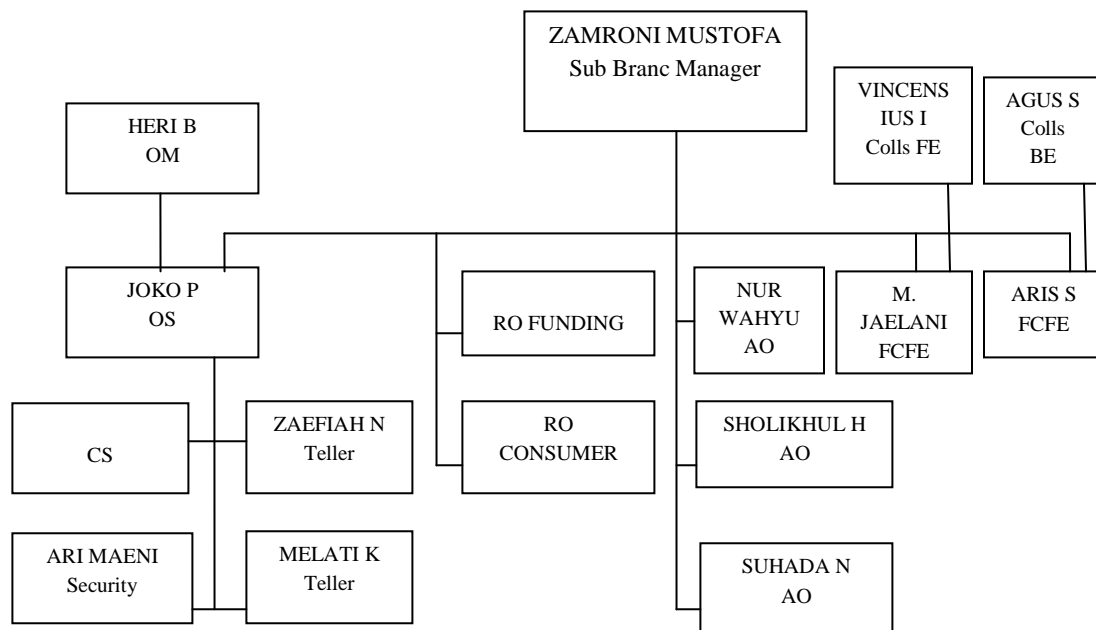
<sup>39</sup> Visi, Misi, dan Nilai BMS <http://www.megasyariah.co.id> tanggal 15 Maret 2015

2. Memberikan nilai-nilai kebaikan yang islami dan manfaat bersama sebagai wujud komitmen dalam berkarya dan beramal.
3. Senantiasa meningkatkan kecakapan diri dan berinovasi mengembangkan produk serta layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

### Nilai-Nilai

*Integrity, Synergy, Excellence.*

### C. Struktur Organisasi Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran<sup>40</sup>



*Sumber: Wawancara dengan Bapak Joko pada tanggal 26 Januari 2015*

<sup>40</sup> Wawancara dengan Bapak Joko pada tanggal 26 Januari 2015

Dari struktur organisasi diatas maka pembagian tugas dan wewenang masing-masing bagian adalah :<sup>41</sup>

1. Area Manager (AM)
  - a. Membuat perencanaan kerja tahunan yang terkait dengan budget, peforma, booking
  - b. Memastikan pencapaian target booking yang sehat atau berkualitas
  - c. Audit rating operational dan bisnis yang *datable (memanage)*
2. Marketing Manager (MM)
  - a. Memastikan pembiayaan yang berkualitas dan sehat yang meliputi akses inisiasi yang benar
  - b. Membawahi dan mengontrol bagian marketing
3. Operational Manager (OM)
  - a. Membawahi bagian DCU, Operasional dan Teller
  - b. Mengurus hal-hal yang mengenai keuangan
  - c. Mengelola laporan harian
  - d. Membuat laporan kepada pimpinan kegiatan operasional di distrik
  - e. Bertanggung jawab penuh terhadap tugas operasional distrik
4. Financing Appraisal Supervisor (FAS)

Mensurvey data calon nasabah yang akan mengajukan pinjaman
5. Sub Branch Manager<sup>42</sup>
  - a. Mengkoordinasi marketing yang akan menjalankan tugasnya

---

<sup>41</sup> Kebijakan & Prosedur Operasi Mega Syariah. PT. Bank Mega Syariah

<sup>42</sup> Ibid

- b. Mengkroscek dan menganalisa data-data nasabah yang akan melakukan pinjaman
  - c. Menganalisa diawal data-data nasabah tersebut
6. Financing Analist Officer
- Mensurvey data calon nasabah yang akan mengajukan pinjaman
7. Internal Control (IC)
- Mengaudit data maupun kroscek (meninjau) ke rumah-rumah nasabah
8. Staff Kliring
- a. Membuat laporan pagi untuk Bank Indonesia
  - b. Membuat laporan pagi untuk Bank Mega Syariah Cabang Palembang
  - c. Membuat laporan pagi untuk Bank Mega Syariah Area Sumatera
  - d. Membuat kliring dan laporan ke Bank Indonesia apakah ada warkat kliring (giro pagi dan sore)
9. Admin Support Staff
- a. Mengurus SDM dan keperluan mentor
  - b. Mengurus laporan karyawan yang masuk maupun keluar
10. Document Control Unit
- a. Bertanggung jawab menyimpan dan meregistrasikan jaminan nasabah berupa sertifikat rumah serta BPKB tunggakan
  - b. Mengeluarkan dokumen dengan syarat-syarat yang telah ditentukan<sup>43</sup>
11. Collection Supervisor
- a. Mengontrol nasabah yang menunggak atau macet
  - b. Membuat laporan ke kantor pusat atas nasabah yang bermasalah

---

<sup>43</sup> Ibid

## 12. Operational Officer

- a. Membantu Unit Manager dalam pelaksanaan rencana kerja tahunan, rencana operasional dan pelayanan dengan mengikuti aturan *compliance* dan control serta menjalankan dan mengikuti rencana kerja tersebut
- b. Bertanggung jawab penuh terhadap tugas operasional unit
- c. Membuat laporan kepada pimpinan kegiatan operasional di unit
- d. Membuat laporan harian

## 13. Financing Officer

- a. Pendaftaran formulir aplikasi permohonan pembiayaan
- b. Melakukan proses pembiayaan sesuai dengan kebijakan pembiayaan
- c. Penyelidikan informasi negatif calon debitur
- d. Membuat rekomendasi persetujuan pembiayaan
- e. Mempersiapkan dokumen pengikatan dan proses pencairan pembiayaan
- f. Mematuhi prosedur dan kebijakan pembiayaan Mega Mitra Syariah

## 14. Teller

- a. Bertanggung jawab penuh terhadap proses pembentukan CIF dan rekening baru nasabah
- b. Melayani nasabah dalam melakukan transaksi tunai maupun non tunai dengan baik dan benar sesuai dengan prosedur yang berlaku
- c. Melakukan cash pick up



- d. Melakukan pencocokan (rekonsiliasi) serta memastikan semua transaksi sesuai dengan bukti transaksi
- e. Cross selling dan menjalankan service excellence
- f. Membuat laporan harian

#### 15. Account Officer

- a. Menghimpun portofolio unit sebanyak-banyaknya dengan kualitas pembiayaan yang baik
- b. Menjaga yield unit dengan menjual margin yang baik sesuai dengan wewenang yang ada, sehingga keutuhan unit
- c. Memelihara kualitas portofolio dengan menjaga RR masing-masing sehingga RR unit baik
- d. Menjalankan sales proses dengan baik, disiplin dan benar sehingga pembiayaan bisa tumbuh secara berkesinambungan

#### 16. Security

Menjaga keamanan di dalam maupun di luar lingkungan kantor.<sup>44</sup>

### **D. Produk-Produk Bank Mega Syari'ah**

Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Mega Syari'ah yaitu *lending* adalah sebagai berikut:

#### **1. Tabungan Utama<sup>45</sup>**

Simpanan *wadi'ah* yang memungkinkan investasi sesuai syariah sekaligus memperoleh kemudahan mengelola dana selayaknya tabungan.

Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>44</sup> Ibid

<sup>45</sup> Produk Tabungan Utama BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

- a. Investasi sesuai prinsip syari'ah,
- b. Bonus menarik,
- c. Fasilitas debit *card*,
- d. *Online real team* diseluruh cabang,
- e. Biaya administrasi ringan,
- f. Dapat digunakan di lebih dari 12.000 jaringan ATM Prima (BCA),  
lebih dari 16.000 jaringan ATM Bersama.

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Setoran awal Rp. 100.000,-
- b. Saldo minimal Rp. 50.000,-
- c. Biaya administrasi Rp. 3.500,- untuk saldo rata-rata dibawah Rp. 5000.000,-
- d. *Free* biaya administrasi jika saldo rata-rata diatas Rp. 5000.000,-
- e. Biaya penutupan rekening Rp. 50.000,-

Syarat pembukaan rekening Tabungan Utama di Bank Mega Syariah adalah bukti identitas (KTP) dan mengisi *form* akad *wadi'ah*.

## 2. Tabungan Mitra<sup>46</sup>

Produk simpanan likuid jangka pendek sampai menengah dengan mekanisme titipan yang dapat membantu nasabah melakukan transaksi pembayaran pembiayaan di Bank Mega Syariah. Akad yang digunakan ialah *wadi'ah* (pemberian bonus tidak diperjanjikan diawal). Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut ini:

---

<sup>46</sup> Produk Tabungan Mitra BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

- a. Investasi sesuai prinsip syariah,
- b. Biaya administrasi ringan,
- c. Transaksi pembayaran pembiayaan.

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Setoran awal Rp. 50.000,-
- b. Saldo minimal Rp. 50.00,-
- c. Biaya administrasi Rp. 5.000,-
- d. Biaya penitipan rekening Rp. 50.000,-

Syarat pembukaan rekening Tabungan Mitra di Bank Mega Syariah adalah bukti identitas (KTP) dan mengisi *form* akad *wadi'ah*.

### 3. Tabungan Rencana<sup>47</sup>

Produk tabungan perencanaan yang memiliki fleksibilitas tinggi yang dapat digunakan untuk merencanakan semua kegiatan sesuai keinginan nasabah. Akad yang digunakan ialah *mudharabah mutlaqoh*, Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Fleksibel, saat awal pembukaan tabungan nasabah dapat menentukan pilihan jenis setoran **Rutin** atau **Nonrutin**.

**Rutin**, pilihan ini menjadikan nasabah lebih disiplin dalam merealisasikan perencanaan nasabah. Nasabah dapat melakukan setoran tambahan diluar setoran bulanan untuk mendapatkan hasil yang lebih besar. Misalnya, nasabah melakukan setoran awal sebesar Rp. 200.000,- dengan jangka waktu 6 bulan, maka selama pada bulan-

---

<sup>47</sup> Produk Tabungan Rencana BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

bulan berikutnya nasabah harus membayar Rp. 200.000,- tiap bulannya. Jika nasabah tabungan rencana mengajukan tabungan 6 bulan, namun sebelum waktu 6 bulan nasabah telah mengambil tabungan, maka bagi hasil akan diberikan sebagian. Misal, nasabah mengambil pada bulan kelima tanggal kelima, maka hanya bagi hasil bulan kesatu sampai bulan keempat saja yang diberikan.

**Nonrutin**, pilihan ini memberikan nasabah kebebasan dalam melakukan setoran dan menjadikan nasabah dapat mengatur *cash flow* keuangan nasabah.

- b. Bebas biaya administrasi
- c. Perlindungan asuransi dengan premi gratis. Saat awal pembukaan tabungan, nasabah dapat memilih jenis setoran *rutin* (di-cover gratis maksimal uang pertanggungan Rp. 500.000.000,- uang duka 20x angsuran bulanan) atau *non rutin* (di-cover gratis maksimal uang pertanggungan 200% saldo rata-rata mengendap).
- d. Setoran rutin Rp. 100.000,- sampai dengan Rp. 5.000.000,- perbulan
- e. Setoran non rutin Rp. 300.000,- untuk setoran awal selanjutnya bebas.

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Jangka waktu perencanaan 6 bulan sampai dengan 216 bulan (18 tahun),
- b. Gratis biaya administrasi,
- c. Biaya administrasi jika *breakable* Rp. 100.000,-.

Syarat pembukaan rekening Tabungan Rencana di Bank Mega Syariah adalah bukti identitas (KTP) dan mengisi *form* akad *mudharabah*.

#### 4. Tabungan Plus<sup>48</sup>

Produk tabungan yang memberikan nisbah setingkat deposito berjangka, investasi yang dapat digunakan untuk tabungan transaksional dengan prinsip *mudharabah*. Akad yang digunakan dalam produk ini adalah akad *mudharabah*. Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Gratis biaya administrasi
- b. Dapat digunakan di lebih dari 12.000 jaringan ATM Prima (BCA), lebih dari 16.000 jaringan ATM Bersama.
- c. Banyak hadiah menarik
- d. Nisbah (bagi hasil) yang kompetitif.

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini.

- a. Setoran awal Rp. 10.000.000,-
- b. Saldo minimal Rp. 10.000.000,-
- c. Gratis biaya administrasi
- d. Biaya penutupan rekening Rp. 50.000,-

Syarat pembukaan rekening Tabungan Plus di Bank Mega Syariah adalah bukti identitas (KTP) dan mengisi *form* akad *mudharabah*.

---

<sup>48</sup> Produk Tabungan Plus BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

## 5. Tabungan Investesya<sup>49</sup>

Produk tabungan dengan akad *mudharabah* dengan jumlah setoran awal tertentu yang telah disepakati dimana akan menerima *nisbah* berjenjang. Semakin tinggi dana investasi, semakin tinggi bagi hasil yang diberikan. Akad yang digunakan dalam produk ini adalah akad *mudharabah*. Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. *Online real time*
- b. Gratis biaya administrasi
- c. Dapat digunakan di lebih dari 12.000 jaringan ATM Prima (BCA) dan lebih dari 16.000 jaringan ATM bersama
- d. Bebas transfer ke bank lain melalui SKN, RTGS, atau ATM (syarat dan ketentuan berlaku).

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Setoran awal Rp. 25.000.000,-
- b. Saldo minimal Rp. 1.000.000,-
- c. Gratis biaya administrasi
- d. Biaya penutupan rekening Rp. 100.000,-

Syarat pembukaan rekening Tabungan Investesya di Bank Mega Syari'ah adalah sebagai berikut:

- a. Bukti identitas (KTP)
- b. NPWP
- c. Akte pendirian perusahaan, dan

---

<sup>49</sup> Produk Tabungan Investesya BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

d. Perubahan terakhir SIUP/TDP (untuk nasabah korporasi).

## 6. Tabungan Haji<sup>50</sup>

Produk tabungan yang ditujukan untuk nasabah yang akan menjalankan ibadah haji. Tabungan haji Bank Mega Syariah penuh kebaikan dan barokah serta memiliki berbagai fasilitas. Akad yang digunakan produk ini adalah akad *mudharabah*. Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi hasil yang kompetitif
- b. Fasilitas SISKOHAT
- c. Setoran fleksibel
- d. Gratis biaya administrasi
- e. *Online real time* diseluruh cabang
- f. Fasilitas auto debit untuk setoran bulanan
- g. Notifikasi melalui SMS
- h. Souvenir menarik

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Nasabah tabungan perorangan
- b. Setoran awal Rp. 200.000,-
- c. Gratis biaya administrasi
- d. Biaya penutupan rekening Rp. 100.000,-

Syarat pembukaan rekening tabungan haji di Bank Mega Syariah adalah bukti identitas (KTP) dan mengisi *form* akad *mudharabah*. Aturan pendaftaran haji ialah mula-mula nasabah (calon jamaah haji) ke bank

---

<sup>50</sup> Produk Tabungan Haji BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

terlebih dahulu, setelah itu pihak bank dalam hal ini Bank Mega Syariah akan menemani nasabah ke Kemenag. Selepas dari Kemenag, nasabah akan mendapatkan nomor porsi haji sehingga nasabah dapat mengetahui kapan dapat menunaikan ibadah suci ke *Baitullah*.

## 7. Tabungan Utama Dolar<sup>51</sup>

Produk simpanan dalam bentuk valuta asing yang dapat digunakan setiap saat dengan setoran dan penarikan yang dapat menggunakan media yang disediakan oleh bank. Akad yang digunakan adalah akad *wadiah* (bonus tidak diperjanjikan diawal). Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Investasi sesuai prinsip syariah
- b. Bonus menarik
- c. *Online real time* diseluruh cabang
- d. Biaya administrasi ringan
- e. Penyetoran bisa dalam rupiah atau dolar US.

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Setoran awal \$ 100,-
- b. Saldo minimal \$ 100,-
- c. Biaya administrasi \$ 0.50,- untuk saldo rata-rata dibawah \$ 100,-
- d. Biaya administrasi \$ 0.25,- untuk saldo rata-rata diatas \$ 100,-
- e. Biaya penutupan rekening \$ 5,-

---

<sup>51</sup> Produk Tabungan Utama Dolar BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015



Syarat pembukaan rekening Tabungan Dolar Utama di Bank Mega Syariah adalah bukti identitas (KTP) dan mengisi *form* akad *mudharabah*.

## 8. Giro Utama<sup>52</sup>

Rekening koran wadiah yang kemungkinan anda mengelola dana dengan nyaman sesuai kebutuhan. Produk simpanan likuid jangka pendek sampai menengah dengan mekanisme titipan yang dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah. Akad yang digunakan adalah *wadiah*. Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Investasi sesuai prinsip syariah
- b. *Online real time* diseluruh cabang
- c. Bonus menarik
- d. Biaya administrasi ringan
- e. Laporan rekening secara berkala
- f. Transaksi dengan cek atau BG
- g. ATM (untuk nasabah perorangan).

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Setoran awal Rp. 1.000.000,-
- b. Saldo minimal Rp. 500.000,-
- c. Biaya penutupan rekening Rp. 100.000,-

Syarat pembukaan rekening Giro Utama di Bank Mega Syariah adalah sebagai berikut:

---

<sup>52</sup> Produk Giro Utama BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

- a. Bukti identitas (KTP)
- b. NPWP
- c. Akte pendirian perusahaan, dan
- d. Perubahan terakhir SIUP/TDP (untuk nasabah korporasi)

## 9. Giro Dolar<sup>53</sup>

Produk simpanan dalam bentuk valuta asing yang dapat digunakan setiap saat yang setoran dan penarikannya dapat menggunakan media yang disediakan bank. Akad yang digunakan adalah akad *wadiah*. Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Investasi sesuai prinsip syariah
- b. *Online real time* diseluruh cabang
- c. Bonus menarik
- d. Biaya administrasi ringan
- e. Laporan rekening secara berkala

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Setoran awal \$ 500,-
- b. Saldo minimal \$ 500,-
- c. Biaya penutupan rekening \$ 10,-

Syarat pembukaan rekening Giro Dolar di Bank Mega Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Bukti identitas (KTP)
- b. NPWP

---

<sup>53</sup> Produk Giro Dolar BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

- c. Akte pendirian perusahaan, dan
- d. Perubahan terakhir SIUP/TDP (untuk nasabah korporasi)

#### 10. Giro Optima<sup>54</sup>

Produk simpanan likuid jangka pendek sampai menengah dengan mekanisme titipan yang dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah dengan *tiering* bonus yang optimal. Akad yang digunakan adalah wadiah.

Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Investasi sesuai prinsip syariah
- b. *Online real time* diseluruh cabang
- c. Bonus menarik dalam bentuk *tearing* sesuai saldo rata-rata
- d. Biaya administrasi ringan
- e. Laporan rekening secara berkala
- f. Transaksi dengan cek atau BG
- g. ATM (untuk nasabah perorangan)

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut:

- a. Setoran awal Rp. 1000.000,-
- b. Saldo minimal Rp. 500.000,-
- c. Biaya penutupan rekening Rp. 100.000,-

Syarat pembukaan rekening Giro Optima di Bank Mega Syariah adalah sebagai berikut ini:

- a. Bukti identitas (KTP)
- b. NPWP

---

<sup>54</sup> Produk Giro Optima BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

- c. Akte pendirian perusahaan, dan
- d. Perubahan terakhir SIUP/TDP (untuk nasabah korporasi)

### 11. Deposito Plus<sup>55</sup>

Produk simpanan berjangka *mudharabah* yang bukan hanya memberikan *nisbah* (bagi hasil) yang relatif tinggi, tetapi juga dapat dijadikan fasilitas jaminan untuk dijadikan kebutuhan pembiayaan nasabah. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah*. Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Investasi sesuai prinsip syariah
- b. Optimalisasi sesuai kebutuhan
- c. Bagi hasil yang tinggi
- d. Perpanjangan jangka waktu deposito dengan cara *automatic roll-over* (perjanjian diawal) atau konfirmasi saat jatuh tempo.

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Penempatan minimal Rp. 10.000.000,-
- b. Jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan
- c. Gratis biaya administrasi

Syarat pembukaan rekening Deposito Plus di Bank Mega Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Bukti identitas (KTP)
- b. NPWP
- c. Akte pendirian perusahaan, dan

---

<sup>55</sup> Produk Deposito Plus BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

- d. Perubahan terakhir SIUP/TDP (untuk nasabah korporasi)

## 12. Deposito Dolar<sup>56</sup>

Produk simpanan berjangka dalam mata uang asing (USD) yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian dengan bank. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah*.

Keunggulan produk ini adalah sebagai berikut:

- a. Investasi sesuai prinsip syariah
- b. Optimalisasi sesuai kebutuhan
- c. Bagi hasil lebih tinggi
- d. Biaya administrasi ringan
- e. Perpanjangan jangka waktu deposito dengan cara *automatic roll-over* (perjanjian diawal) atau konfirmasi saat jatuh tempo.

Fitur dan ketentuan yang dibebankan kepada nasabah adalah sebagai berikut ini:

- a. Penempatan minimal \$ 1.000,-
- b. Jangka waktu 1, 3, 6 dan 12 bulan
- c. Gratis biaya penempatan

Syarat pembukaan rekening Deposito Dolar di Bank Mega Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Bukti identitas (KTP)
- b. NPWP
- c. Akte pendirian perusahaan, dan
- d. Perubahan terakhir SIUP/TDP (untuk nasabah korporasi)

---

<sup>56</sup> Produk Deposito Dolar BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

Berikut merupakan produk-produk *financing* Bank Mega Syariah yaitu:

**1. Micro Business<sup>57</sup>**

MP 500 adalah produk pembiayaan berakad *murabahah* untuk kebutuhan modal kerja dan investasi bagi industri mikro dan kecil dengan jumlah pembiayaan mulai dari Rp. 100.000.000,- dan maksimal Rp. 500.000.000,-

**2. SM Invest<sup>58</sup>**

SM invest adalah produk pembiayaan berakad *mudharabah* untuk kebutuhan pembelian atau pengadaan barang investasi berupa ruko, mesin, alat berat dan sebagainya.

**3. SM Multi<sup>59</sup>**

SM Multi adalah produk pembiayaan berakad *murabahah* yang ditujukan kepada nasabah perorangan untuk keperluan pembelian barang konsumtif.

**4. Multi jasa iB<sup>60</sup>**

Multijasa iB adalah produk pembiayaan berakad *ijarah* yang ditujukan kepada nasabah perorangan untuk pembiayaan atas manfaat jasa

---

<sup>57</sup> Produk Micro Business BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

<sup>58</sup> Produk SM Invest BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

<sup>59</sup> Produk SM Multi BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

<sup>60</sup> Produk Multi Jasa iB BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

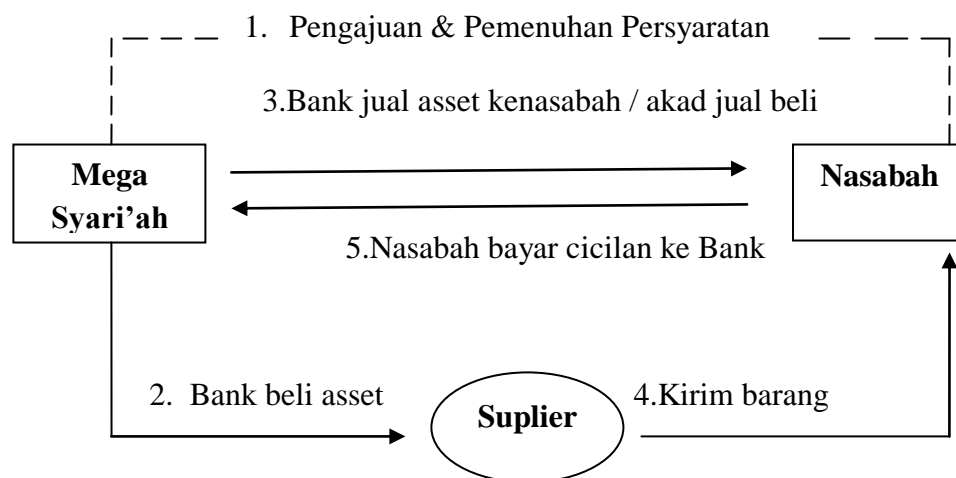
## E. Gambaran Umum Pembiayaan *Murabahah* di Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran

### 1. Pengertian *Murabahah*

*Murabahah* adalah akad jual beli dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual (bank) dan pembeli (nasabah). Harga yang disepakati adalah harga jual, sedangkan harga beli harus diberitahukan kepada nasabah.<sup>61</sup>

### 2. Skema Pembiayaan *Murabahah*

a) Skema pembiayaan *murabahah* tanpa *wakalah*



Sumber: buku Kebijakan Pembiayaan Bank Mega Syari'ah

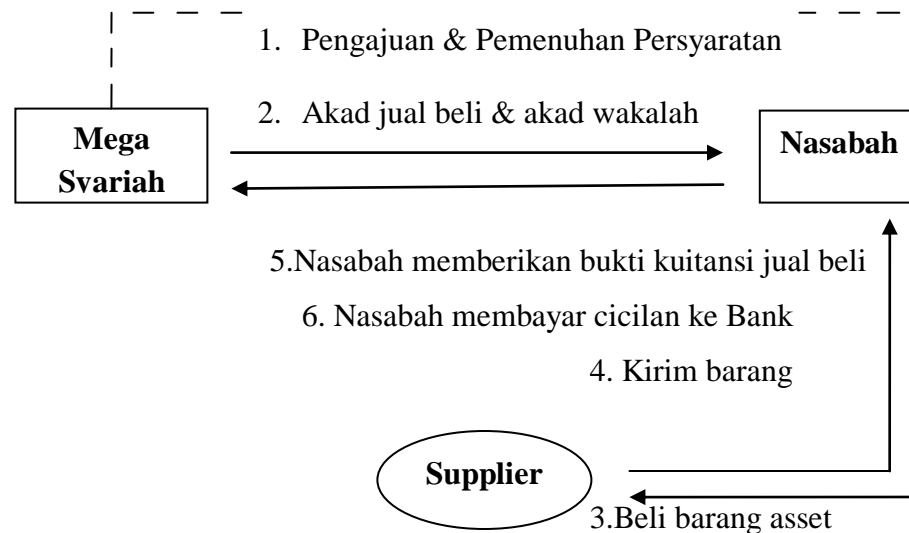
ket:

1. Bank Mega Syariah sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Nasabah mengajukan pembiayaan dengan akad *murabahah* dan melakukan negosiasi. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.

<sup>61</sup> Pelatihan dasar Bank Mega Syariah

2. BMS memesan barang yang telah dipesan nasabah kepada supplier.
3. Bank menjual asset ke nasabah, harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlaku akad.
4. Supplier mengirimkan barang kepada nasabah yang telah dipesan oleh Bank Mega Syariah.
5. Nasabah menerima pesanan dari supplier. Nasabah melakukan pembayaran pembelian barang kepada Bank Mega Syariah sesuai kesepakatan, lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan.

b) Skema pembiayaan *murabahah* dengan *wakalah*<sup>62</sup>



Sumber: buku Kebijakan Pembiayaan Bank Mega Syariah

<sup>62</sup> Kebijakan pembiayaan Bank Mega Syariah



Ket:<sup>63</sup>

1. Bank Mega Syariah sebagai penjual sementara nasabah sebagai pembeli. Nasabah mengajukan pembiayaan dengan akad *murabahah* dan melakukan negosiasi. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran.
2. Bank melakukan akad jual beli dengan nasabah dan melakukan akad wakalah dengan mewakilkan kepada nasabah untuk memesan barang kepada supplier sesuai kebutuhan nasabah.
3. Nasabah memesan barang kepada supplier.
4. Supplier mengirim barang kepada nasabah sesuai dengan pesanan.
5. Nasabah memberikan bukti kuitansi atas barang yang telah dipesannya kepada Bank Mega Syariah.
6. Nasabah melakukan pembayaran pembelian barang kepada Bank Mega Syariah sesuai kesepakatan, lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan.

### 3. Kriteria Pembiayaan *Murabahah*<sup>64</sup>

- a. Manfaat atau tujuan pembiayaan:
  - 1) Barang modal kerja
  - 2) Investasi

---

<sup>63</sup> Ibid

<sup>64</sup> Wawancara dengan Bapak Wahyu selaku Accoun Officer Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran, tanggal, 19 Januari 2015

b. Target market:

- 1) Wiraswasta pemilik usaha, punya agunan (tanah, tanah dan bangunan, kendaraan, deposito) membutuhkan pembiayaan untuk kepentingan usahanya.
- 2) Radius tempat usaha 10 km dari Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.

c. Usia calon nasabah:

- 1) Minimal 21 tahun atau telah menikah untuk usia lebih besar atau sama dengan 18 tahun.
- 2) Maksimum 60 tahun pada saat pembiayaan diajukan dan usia maksimum 65 tahun pada saat akhir jangka waktu pembiayaan.

d. Lama menjalankan usaha minimal 2 tahun.

e. Limit pembiayaan Rp. 100.000.000,- sampai dengan Rp. 2.000.000.000,-.

f. Tenor atau jangka waktu pembiayaan:<sup>65</sup>

- 1) Pembiayaan untuk investasi (contoh: pembelian ruko atau kios) = 12 – 60 bulan
- 2) Pembiayaan untuk barang modal kerja = 6 – 48 bulan
- 3) Untuk nasabah *existing* = 60 bulan

g. Margin Bank:

- 1) Pembiayaan > 100 juta – 200 juta = 1,2 %
- 2) Pembiayaan > 200 juta – 300 juta = 1,1 %

---

<sup>65</sup> Wawancara dengan Bapak Wahyu selaku Accoun Officer Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran, tanggal, 19 Januari 2015

3) Pembiayaan > 300 juta – 2 M = 0,95 %

h. Jaminan:

- 1) Tanah dan bangunan (SHM, SHGB),
- 2) Tanah (SHM),
- 3) Kios, lapak, dasaran atau lainnya yang sejenis,
- 4) Deposito bank (khusus deposito PT. Bank Syari'ah Mega Indonesia),
- 5) Mobil (BPKB) untuk fasilitas pembiayaan tidak lebih dari Rp. 200.000.000,- usia kendaraan maksimum 3 tahun pada saat pengajuan pembiayaan dan maksimum 8 tahun pada saat berakhir pembiayaan.

i. Lokasi jaminan Radius maksimum 50 km atau satu jam perjalanan darat dari lokasi Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.

j. Syarat dokumentasi:

- 1) Copy KTP
- 2) Copy KK / surat nikah / akta cerai (jika sudah menikah)
- 3) Surat pernyataan belum menikah (jika belum menikah)
- 4) Surat Izin Usaha (SIU)
- 5) NPWP
- 6) Copy dokumen jaminan (untuk pengecekan jaminan dokumen asli diserahkan sebelum akad pembiayaan)

k. BI Checking wajib dilakukan.

- l. Metode pencairan pembiayaan melalui tabungan *Wadi'ah* Mega Syari'ah.
- m. Proses pembiayaan 2-3 hari kerja sejak dokumen yang dipersyaratkan lengkap diterima oleh Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.<sup>66</sup>

#### **F. Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran**

Strategi yang diterapkan pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan, yaitu: door to door, iklan, jemput bola yang dijabarkan sebagai berikut:<sup>67</sup>

##### 1. Door to Door

Door to door maksudnya yaitu marketing lending Bank Mega Syariah datang langsung kerumah ataupun ke toko calon nasabah, dan menawarkan langsung produk lending atau pembiayaan *murobahah* pada khususnya kepada calon nasabah yang membutuhkan barang tidak mempunyai dana. Jadi dengan ditawarkannya pembiayaan *murabahah* nasabah tidak susah lagi untuk membeli barang yang dibutuhkannya, karena Bank Mega Syariah dapat membelikan barang tersebut dengan akad *murabahah* dan dibayar dengan angsuran.

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Bapak Wahyu selaku Account Officer Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran, tanggal, 20 Januari 2015

<sup>67</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroni Mustofa selaku pimpinan Bank Mega Syariah Cabang Ungaran, tanggal, 22 Januari 2015

## 2. Iklan

Bank Mega Syariah dalam memasarkan produknya juga menggunakan iklan yaitu seperti melalui brosur, spanduk, media elektronik, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

### a. Brosur

Brosur disini dicetak Bank Mega Syariah dengan sedetail mungkin terkait produk Bank Mega Syariah pembiayaan *murabahah* pada khususnya. Di dalam brosur tertulis apa itu pembiayaan *murabahah*, syarat pengajuan pembiayaan *murabahah*, jadi calon nasabah bisa mengetahui pembiayaan *murabahah* melalui brosur tersebut.

### b. Spanduk

Bank Mega Syariah juga memasang spanduk di jalan-jalan dalam memasarkan produknya, supaya masyarakat luas dapat mengenal Bank Mega Syariah.

### c. Media Elektronik

Bank Mega Syariah juga memasarkan lewat media elektronik seperti TV, jadi masyarakat luas mampu mengenali produk-produk BMS dan diharapkan mampu menarik minat masyarakat terhadap produk BMS khususnya produk pembiayaan *murabahah*.

## 3. Jemput Bola

Bank Mega Syariah juga memberikan beberapa kemudahan kepada nasabah jika menggunakan produk *murabahah*, yaitu dengan memberikan pelayanan yang maksimal, contohnya pihak BMS bersedia mendatangi ke

tempat tinggal nasabah untuk menarik angsuran jikalau nasabah yang bersangkutan sedang sibuk atau biasa disebut dengan jemput bola. Caranya nasabah tinggal sms atau telpon ke kantor ataupun marketing Bank Mega Syariah. Tentunya hal ini sangat memberikan kemudahan bagi para nasabah, khususnya nasabah yang kesehariannya disibukkan dengan pekerjaan maupun kegiatan lainnya.<sup>68</sup>

### **G. Hambatan-Hambatan yang dihadapi Bank Mega Syariah Cabang Ungaran dalam Menjalankan Strategi Pemasaran**

Berdasarkan wawancara dengan pihak Bank Mega Syariah Cabang Ungaran dan pengamatan penulis, dalam melaksanakan kegiatan perbankan Bank Mega Syariah menghadapi beberapa hambatan, diantaranya adalah:

1. Kurangnya SDM (sumber daya manusia) pemasaran yang kompeten.

Kurangnya sumber daya manusia pemasaran yang kompeten ini disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya tenaga pemasar bukan berasal dari latar belakang pemasar dan belum begitu paham dengan akad-akad bank syariah.

2. Kurangnya pemahaman nasabah mengenai sistem perbankan syariah.

Kurangnya pemahaman nasabah tentang bank syariah merupakan kendala yang sering dihadapi bagi Bank Mega Syariah. Menurut Bank Mega Syariah Cabang Ungaran kurangnya pemahaman tentang sistem perbankan syariah lebih pada beberapa hal diantaranya, adanya asumsi bahwa perbankan syariah hanya untuk kalangan tertentu dan sistem bagi

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroni Mustofa selaku pimpinan Bank Mega Syariah Cabang Ungaran, tanggal, 22 Januari 2015

hasil dianggap kurang menguntungkan jika dibandingkan dengan sistem bunga.

3. Penyuluhan dari pihak pemerintah tentang perbankan syariah yang kurang.

Pemerintah sebagai pembuat kebijakan publik berperan besar terhadap tumbuh kembangnya perbankan syariah. Beberapa dukungan sudah dilakukan, sudah diberikan oleh pemerintah akan tetapi, bukan dalam bentuk penyuluhan yang dilakukan dalam bentuk kemudahan regulasi pembuatan sistem perbankan syariah. Hal ini tentu saja membantu pihak bank dalam mengembangkan perbankan syariah, dan tentu akan lebih bagus lagi jika pemerintah juga membantu memberikan penyuluhan tentang keberadaan perbankan syariah. Karena selama ini yang melakukan penyuluhan hanya dari pihak bank dan instansi terkait yang berkepentingan dan bersimpati dengan pentingnya perbankan syariah sebagai penyeimbang bank konvensional.<sup>69</sup>

Dalam memasarkan produk pembiayaan *murabahah* strategi yang digunakan Bank Mega Syariah Cabang Ungaran yaitu adalah door too door. Memasarkan produk pembiayaan *murabahah* dengan mendatangi calon nasabah dan memperkenalkan produk pembiayaan *murabahah* secara langsung. Dengan cara ini marketing mampu menjelaskan kepada calon nasabah apa itu pembiayaan *murabahah* dan nasabah juga dapat bertanya langsung jika ada yang belum diketahui tentang pembiayaan *murabahah*.

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroni Mustofa selaku pimpinan Bank Mega Syariah Cabang Ungaran, tanggal 24 Januari 2015

## **BAB IV**

### **ANALISA**

#### **A. Analisa Pembiayaan *Murabahah***

*Murabahah* merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.<sup>70</sup> Akad ini digunakan perbankan syariah dalam pembiayaan. Perbankan syariah juga menerapkan metode atau cara-cara, supaya dapat mempermudah dalam suatu pembiayaan. Seperti halnya yang diterapkan dalam Pembiayaan *Murabahah* di Bank Mega Syariah Cabang Ungaran.

Teknik *murabahah* yang ada dalam teori perbankan syariah dimana pihak bank dan nasabah bertemu secara langsung untuk melakukan akad dalam pembelian suatu barang yang dibutuhkan sesuai permintaan. Setelah itu pihak bank membelikan barang secara langsung kepada supplier. Setelah itu pihak bank menyerahkan barang tersebut kepada nasabah. Atau seperti yang digunakan Bank Mega Syariah Cabang Ungaran, bank mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang yang dibutuhkan sesuai keinginannya kepada supplier dengan menggunakan nama bank, dan nasabah setelah membeli barang juga harus menunjukkan nota tersebut kepada pihak bank sesuai dengan perjanjian awal.

Dalam produk *murabahah* pada unit Bank Mega Syariah Cabang Ungaran yang digunakan adalah *murabahah* modal kerja dengan sistem

---

<sup>70</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Dari Teori Kepraktek*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001, h. 101



pembayaran cicilan dimana produk tersebut untuk mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para nasabah untuk modal kerja.

## **B. Analisa Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan paduan tentang kepentingan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran.

Untuk menganalisa pemasaran Bank Mega Syariah Cabang Ungaran konsep yang dianggap efektif adalah dengan menggunakan konsep Marketing Mix P7, yaitu:

### 1. *Place* (tempat)

Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Sehingga Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran memilih tempat yang strategis, tepatnya di Jalan Gatot Subroto No. 77 Town Square Blok A.6. Akses yang mudah untuk ditempuh menggunakan berbagai sarana transportasi, baik kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

### 2. *Product* (produk)

Karena tujuan utama dari prinsip Perbankan Syari'ah adalah terhindar dari transaksi Riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional, perbedaan utama terletak pada prinsip Syari'ahnya.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroni Mustofa selaku pimpinan Bank Mega Syariah Cabang Ungaran pada tanggal 19 januari 2015

Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran mempunyai berbagai macam produk baik dari produk funding maupun lendingnya. Produk pembiayaan *murabahah* sebagai lending yang utama dan unggulan. Ini disesuaikan dengan segmen pasar yang dituju oleh Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran yaitu masyarakat ekonomi mikro. Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran juga memberikan kemudahan kepada nasabah dalam menggunakan produk *murabahah*, yaitu dengan memberikan service yang maksimal, seperti jika nasabah yang bersangkutan sedang sibuk pihak Bank Mega bersedia mendatangi ke tempat tinggal nasabah untuk menarik angsuran. Dengan cara pihak nasabah tinggal sms ataupun telpon ke kantor atau kepada marketing Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran.

### 3. *Price* (harga)

Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran. Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.<sup>72</sup>

Harga yang dimaksud adalah dalam menentukan margin pembiayaan yang ditetapkan kepada nasabah oleh Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran. Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran dalam menentukan margin tergantung dari plafon pembiayaan dan nasabah dapat bernegosiasi atau tawar menawar dalam menentukan margin yang telah ditentukan oleh Bank

---

<sup>72</sup> Ibid

Mega Syari'ah Cabang Ungaran. Pembiayaan *murabahah* pada Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran minimal yaitu Rp. 100.000.000,-.

4. *Promotion* (promosi)

Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat pada umumnya dan masyarakat kota Ungaran pada khususnya, Bank Mega Syari'ah menggunakan beberapa saluran promosi baik yang secara langsung maupun tidak langsung seperti:

a. Penjualan Perorangan

Penjualan perorangan disini yaitu marketing bagian lending khususnya dan pada umumnya semua karyawan Bank Mega Syari'ah.

b. Iklan

Dengan menyebarkan brosur, memasang spanduk dan melalui media elektronik.

c. Hubungan Masyarakat

Kami berusaha membangun nama baik kepada nasabah dan juga masyarakat sekitar, dengan cara menyumbang dana ketika mereka membutuhkan seperti, pembangunan masjid atau mushola. Hal ini dilakukan sebagai alat promosi dan pengenalan diri oleh pihak Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran guna menunjang keberhasilan produk-produk yang ditawarkan terhadap masyarakat terutama produk pembiayaan *murabahah*.<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> Ibid, tanggal 22 januari 2015

d. Pemasaran Langsung

Misalnya dengan door to door atau mendatangi langsung calon nasabah satu persatu.

5. *People* (orang)

Yang pertama harus kita ajak terlebih dahulu adalah keluarga terdekat kita, keluarga besar, karyawan Bank Mega Syari'ah dan kemudian tetangga kita baru kemudian orang-orang lain atau masyarakat.

6. *Process* (proses)

Proses merupakan gabungan aktivitas, umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pencairan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin, di mana produk pembiayaan *murabahah* setelah disalurkan kepada konsumen.

Tentunya proses yang cepat, mudah, tidak berbelit-belit, penuh ketelitian, serta tidak merugikan nasabah dapat memberikan kepercayaan yang tinggi kepada nasabah terhadap Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran. Sehingga mereka merasa puas dan senantiasa akan kembali menggunakan produk pembiayaan *murabahah* tersebut.

7. *Customer Service* (layanan konsumen)

Untuk memperoleh keberhasilan dalam hal jasa perbankan sangat dipengaruhi oleh produk tersebut dan juga promosi yang dilakukan. Tetapi dalam pelaksanaannya, keunggulan dan promosi tersebut harus didukung oleh sikap pegawai seperti: senyum, sapa, salam, sopan, santun, dan terimakasih. Pegawai diharuskan mempunyai sikap yang baik terhadap nasabah serta mempunyai pengetahuan yang cukup, sehingga dapat

member penjelasan yang mencukupi kepada nasabah yang akan dipandu dengan sistem pelayanan yang ada. Pelayanan yang memuaskan nasabah akan menjadi promosi yang efektif bagi bank karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada keluarga, kerabat, teman, dan orang lain mengenai pelayanan unggul suatu bank, dan diharapkan citra bank tersebut akan semakin meningkat.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Bapak Zamroni Mustofa selaku pimpinan Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran, tanggal, 23 januari 2015

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian pada pembahasan tentang “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK MEGA SYARIAH CABANG UNGARAN”, sudah memenuhi sesuai ketentuan syariah. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Strategi yang diterapkan pada Bank Mega Syariah Cabang Ungaran menggunakan beberapa pendekatan yang disesuaikan dengan kebutuhan, segmentasi pasar dan sasaran yang dituju yaitu:

- a. Door to door
- b. Iklan

Terdiri dari brosur, spanduk, media elektronik.

- c. Jemput bola

#### **B. Saran**

1. Dalam perbankan syariah, tidak cukup memiliki label “syariah” saja, melainkan harus benar-benar melaksanakan kegiatan baik itu yang bersifat penghimpunan, pembiayaan, maupun jasa yang sesuai dengan ketentuan syariah dengan prinsip kehati-hatian agar terwujud yang bebas riba.
2. Bekerja secara sistematis supaya marketing Bank Mega Syariah dalam memasarkan produk Bank Mega Syariah, khususnya pembiayaan *murabahah* agar semua masyarakat dapat mengetahui manfaat dan

keunggulan pada pembiayaan ini bila dibandingkan pembiayaan atau kredit di perbankan lainnya.

3. Hendaknya pihak Bank Mega Syariah Cabang Ungaran memberikan beberapa pilihan akad dalam menyalurkan pembiayaannya. Jangan hanya terpaku pada akad *murabahah* saja. Hal ini bertujuan untuk lebih leluasa memberikan pilihan bagi para nasabah yang ingin menggunakan produk pembiayaan Bank Mega Syariah Cabang Ungaran.
4. Meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah di Bank Mega Syariah.
5. Cara berpakaian juga sangat penting, Bank Mega Syariah jadi berpakaian juga harus sesuai syariah. Karena cara berpakaian juga dapat memberi nilai plus pada bank tersebut.

### **C. Penutup**

Puji syukur kepada Allah SWT, penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik sebagai program Diploma Tiga Perbankan Syariah. Penulis mengakui bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penyusun. Namun menjadikan pengalaman dari penulis agar lebih giat di dalam menempuh kegiatan-kegiatan akademik lainnya.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat baik bagi penulis khususnya dan masyarakat pada umumnya sebagai masukan dan bahan kritikan yang sifatnya membangun di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. "*Hukum Perbankan Syariah*", Jakarta : Sinar Grafika, Cet. 1, 2008
- Ascarya, "*Akad dan Produk Bank Syari'ah*" Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, cet. ke-1, 2008 Huda, Nurul dan Mohammad Haikal. *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Hilal, 2010
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Ifham Sholihin, Ahmad. *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006
- Khasmir," *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*", Jakarta : Rajawali Pers, Cet. 12, 2013
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz, Jacky Mussry, *Pemasaran Jasa*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010
- Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, Sejarah BMS <http://www.megasyariah.co.id> tanggal 15 Maret 2015
- Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2009
- Purhantara, Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Saed, Abdullah. *Bank Islam dan Bunga (Studi Interpretasi Kontemporer tentang Riba dan Bunga)*, Jakarta; Senayan Abadi, 2011
- Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2012
- Syafi'i Antonio, Muhammad. "*Bank Syari'ah dari teori ke Praktek*" Jakarta: Gema Insani, 2001



Kebijakan & Prosedur Operasi Mega Syariah. PT. Bank Mega Syariah

Kebijakan pembiayaan Bank Mega Syariah

Pelatihan dasar Bank Mega Syariah

Produk-Produk BMS, <http://www.megasyariah.co.id>, 17 Maret 2015

Visi, Misi, dan Nilai BMS <http://www.megasyariah.co.id> tanggal 15 Maret 2015

Wawancara dengan Bapak Joko pada tanggal 26 Januari 2015

Wawancara dengan Bapak Wahyu selaku Accoun Officer Bank Mega Syari'ah  
Cabang Ungaran, tanggal, 19 Januari 2015

Wawancara dengan Bapak Zamroni Mustofa selaku pimpinan Bank Mega  
Syariah Cabang Ungaran, tanggal, 22 Januari 2015

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Ririn Widiawati  
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 20 Oktober 1994  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat (KTP) : Dsn. Belungwetan, Rt/Rw 01/06, Ds.  
Sambongbangi, Kec. Kradenan, Kab. Grobogan  
Pendidikan : D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang  
No HP : 0857 – 1361 – 5032  
e-mail : [ririnwidya21@gmail.com](mailto:ririnwidya21@gmail.com)

### **PENDIDIKAN**

1. SD N 02 Sambongbangi, Kradenan, Grobogan 1999 – 2005 (LULUS)
2. MTs Pandanharum, Gabus, Grobogan 2005 – 2008 (LULUS)
3. MA Pandanharum, Gabus, Grobogan 2008 – 2011 (LULUS)
4. D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang 2012 – 2015 (LULUS)

Demikian riwayat hidup yang saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Semarang, 12 Mei 2015

**Ririn Widiawati**