STRATEGI PEMASARAN KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KCP DEMAK

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

MAULIDATUS SHOLIHATUL AZIZAH

1605015069

D3 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG

2019

Saekhu, Drs., MH.

NIP : 19690120 199403 1 004

Jl. Tugu Lapangan no H40, Tambakaji RT 08 RW 01, Ngaliyan, Semarang.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Maulidatus Sholihatul Azizah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan melakukan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir (TA) saudari:

Nama	: Maulidatus Sholihatul Azizah
NIM	: 1605015069
Jurusan	: D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir (TA)	: **"Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak".**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir (TA) saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya saya capkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 18 Juli 2019

Saekhu, Drs., MH

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III, Ngaliyan Semarang. Telp : (024) 7608454.
Website: febi_walisongo.ac.id, Email: febiwalisongo@gmail.com.

PENGESAHAN

Nama : Maulidatus SholihatulAzizah
NIM : 1605015069
Program Studi : D3 Perbankan Syariah
Judul : Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan tidak mengulang / lulus dengan predikat Cumlaude / Baik / Cukup, pada tanggal :

29 Juli 2019

Dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun Akademik 2019.

Semarang, 29 Juli 2019

Ketua Sidang,

Ahmad Furqon, LC., MA., H
NIP. 197512182005011002

Sekertaris Sidang,

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004

Penguji Utama I,

Rahman El Junusi, SE., MM.
NIP. 196911182000031001

Penguji Utama II,

Dr. Ratno Agriyanto, CPA
NIP. 198001282008011010

Pembimbing,

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 196901201994031004

MOTTO

“Menjadi baik itu mudah, hanya dengan diam maka yang tampak adalah kebaikan. Yang sulit adalah menjadi bermanfaat, karena semua itu membutuhkan suatu perjuangan”. (KH. Sahal Mahfudhz)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis cintai dan banggakan yang senantiasa mengiringi do'a di setiap langkah penulis dalam menggapai cita-cita dan menyelesaikan Tugas Akhir ini. Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Bapak dan ibu (Bapak Eko Agus Susanto dan Ibu Daryanti) tercinta yang telah membesarkan penulis, mreawat dengan penuh kasih sayangnya dan mendo'akan dengan penuh keikhlasan yang tak ternilai harganya untuk kesuksesan penulis
2. Kepada keluarga besar Bank Rakyat Indonesia KCP Demak yang sudah menganggap penulis sebagai keluarga sendiri, perhatian dan bekal yang akan senantiasa penulis ingat dan tidak terlupakan. Karena berkat do'a dan dukungan dari beliau Tugas Akhir ini dapat terselesaikan
3. Keluarga besar dirumah, karena merekalah penyemangat penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir dan menjalani hidup ini
4. Sahabat seperjuangan penulis terkhusus kepada Zuanita Adriyani yang telah berjasa dalam hidup penulis, penyemangat penulis yang sudah seperti kedua ibu penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini
5. Sahabat seperjuangan penulis, teman dari semester satu Eka Fitriyani yang selalu rela meluangkan waktunya dan mengalah

demi penulis. Fuji Aini Nur Rizqi yang setia membimbing dan menasehati penulis, tak lupa juga Sally Safitri yang senantiasa menerima semua teguran dari penulis

6. Sahabat seperjuangan di Jurusan Perbankan Syariah angkatan 2016 kelas A, B, dan C yang telah memberi dukungan dan semangat satu sama lain. Teriring do'a untuk kesuksesan kita semua
7. Dan semua pihak baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu baik moril maupun materiil dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir (TA) ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 18 Juli 2019

Maulidatus Sholihatul Azizah

1605015069

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak dan objek penilitian ini adalah Strategi Pemasaran Kredit Usaha Rakyat (KUR). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

BRI Syariah sebagai salah satu bank pemerintah yang memiliki fasilitas kredit yang bisa mendukung para pengusaha mikro, kecil, menengah dan koperasi dapat lebih mudah memperoleh KUR untuk menambah modal usahanya.Salah satunya adalah BRI Syariah KCP Demak. Untuk menjangkau para pelaku usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi yang masih membutuhkan permodalan demi mendukung usahanya maka dibutuhkan strategi pemasaran pada program KUR. Murabahah merupakan salah satu akad yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Demak dalam menyalurkan dananya kepada nasabah.Akad ini biasanya digunakan untuk salah satu produk yaitu produk Kredit Usaha Rakyat (KUR).Murabahah merupakan akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu.

Agar perusahaan berhasil dalam memasarkan produknya baik barang ataupun jasa maka diperlukan adanya strategi pemasaran.Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Demak yaitu strategi mulut ke mulut, below the line, jemput bola.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami hadirkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan taufik, hidayah dan inayah-Nya. Sholawat serta salam semoga dilimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluargaNya, sahabat-sahabatNya, dan pengikut-pengikutNya yang senantiasa setia mengikuti dan menegakkan syariat-Nya *amin ya rabbal 'aalamin*. Alhamdulillah atas izin dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A, Md) pada Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah berkenan membantu terselesaikannya Tugas Akhir ini, antara lain:

1. Bapak DR. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan izin penelitian dalam rangka penyusunan Tugas Akhir ini
2. Bapak Saekhu,Dr.,MH selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan Tugas Akhir ini
3. Pujo Budi Winarto selaku Pimpinan Cabang Pembantu (PINCAPEM) Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak

beserta staf dan karyawan yang telah membantu dan memberikan fasilitas selama penyelesaian penulisan Tugas Akhir ini

4. Kedua orang tua ku bapak Eko Agus Susanto dan Ibu Daryanti yang senantiasa memberikan dukungan dan selalu mendo'akan untuk keberhasilan putra-putrinya

Semoga Allah SWT memberikan balasan kepada mereka semua dengan pahala yang lebih baik dan berlipat ganda, penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna.

Oleh sebab itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini. Dan penulis berharap semoga Tugas Akhir yang sifatnya sederhana ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan segenap pembaca umumnya.

Semarang, 18 Juli 2019

Penulis

Maulidatus Sholihatul Azizah

1605015069

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN MOTTO ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
HALAMAN DEKLARASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xi**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 8
D. Tinjauan Pustaka 8
E. Metodologi Penelitian 9
F. Sistematika Penulisan 11
BAB II LANDASAN TEORI **16**
A. Murabahah 16
1. Pengertian Murabahah 16
2. Rukun Murabahah 17
3. Syarat-syarat Murabahah 17
4. Jenis-jenis Murabahah 19
5. Landasan Hukum Murabahah 22

B. Strategi Pemasaran 25
1. Pengertian Strategi 25
2. Macam-macam Strategi 27
3. Pengertian Pemasaran 32
4. Sistem Informasi Pemasaran 33
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN 36
A. Sejarah Berdirinya 36
B. Visi dan Misi BRI Syariah 38
C. Produk-produk di BRI Syariah 38
D. Struktur Organisasi BRI Syariah 54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59
A. Penerapan Akad Murabahah di BRI Syariah KCP Demak 59
1. Rukun dan Ketentuan Akad Murabahah di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak 59
2. Mekanisme Kredut Usaha Rakyat (KUR) di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak 50
B. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak 65
BAB V PENUTUP 68
A. Kesimplan 68
B. Saran 70
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
Lampiran I Foto Dokumentasi

Lampiran II Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 membutuhkan. Disamping itu bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran.

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan secara lebih luas lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dalam bidang keuangan. Sehingga berbicara mengenai bank tidak terlepas dari masalah keuangan.

Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan menghimpun dana (*funding*). Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat luas. Hal ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan.

Setelah memperoleh dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat, maka oleh perbankan dana tesebutdiputarkan kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan istilah kredit (*Lending*).

Disamping itu perbankan juga melakukan kegiatan jasa-jasa pendukung lainnya. Jasa-jasa ini diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dan, baik yang berhubungan langsung dengan kegiatan simpanan dan kredit maupun tidak langsung.[1]

Bank Indonesia memberikan perhatian yang serius dan bersungguh-sungguh dalam mendorong perkembangan perbankan syariah. Semangat ini dilandasi oleh keyakinan bahwa perbankan syariah akan membawa 'maslahat' bagi peningkatan ekonomi dan pemerataasn kesejahteraan masyarakat. Secara makro, perbankan syariah dapat memberikan daya dukung terhadap terciptanya stabilitas sistem keuangan dan perekonomian nasional. Sistem bagi hasil yang menjadi ruh perbankan syariah akan membawa manfaat yang lebih adil bagi semua pihak, baik bagi pemilik dana selaku deposan, pengusaha selaku debitur maupun bank selaku pengelola dana.[2] Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tentang pengertian Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan berdasarkan prinsip usaha

[1]Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 2005, h. 23-26
[2]Halim Alamsyah, *Perbankan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015*, 2015, h. 1

syariah yang kegiatannya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan serta memberikan jasa lalu lintas pembayaran guna meningkatkan taraf hidup masyarakat, sedangkan yang dimaksud prinsip syariah mengenai aturan perjanjian berdasarkan Hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dan dan pembiayaan kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.[3]

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak investor yang menginvestasikan dananya di bank kemudian selanjutnya bank syariah menyalurkan dananya kepada pihak lain yang membutuhkan dana.[4]Bagi bank yang berdasarkan Prinsip Syariah tidak dikenal istilah bunga dalam memberikan jasa kepada penyimpan maupun peminjam.Di bank ini jasa yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah sesuai dengan hukum Islam.System bank berdasarkan prinsip syariah sebelumnya di Indonesia hanya dilakukan oleh bank syariah seperti Bank Muamalat Indonesia dan BPR syariah lainnya.Sesuai Undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 yang baru bank umum pun

[3] Sugianto, Giarti Isparini, dkk, *Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia*, April 2013, Vol. 24 No. 3, h. 145-146

[4]Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: KENCANA,2011, h. 32

dapat menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah asal sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.[5]

Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak merupakan salah satu bank syariah yang operasionalnya menghimpun dana darimasyarakat yang kelebihan dana (*surplus*) dan menyalurkan danatersebut kepada masyarakat yang kekurangan dana (*defisit*). Produk-produk yang ada di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak antara lain produk penghimpun dana yaitu Tabungan Faedah, Tabungan Haji, Tabungan Impian,Deposito.dan produk penyaluran dananya yaituFaedah, Kredit Usaha Rakyat (KUR), Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Pensiunan. BRI Syariah sebagai salah satu bank pemerintah yang memiliki fasilitas kredit yang bisa mendukung para pengusaha mikro, kecil, menengah dan koperasi dapat lebih mudah memperoleh KUR untuk menambah modal usahanya.Salah satunya adalah BRI Syariah KCP Demak. Untuk menjangkau para pelaku usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi yang masih membutuhkan permodalan demi mendukung usahanya maka dibutuhkan strategi pemasaran pada program KUR. Adapun akad yang digunakan dalam produk penyaluran dana di BRI Syariah KCP demak yaitu akad murabahah, mudharabah, dan ijarah.

Murabahah merupakan salah satu akad yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Demak dalam menyalurkan dananya kepada

[5]Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya,* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005, h. 25

nasabah.Akad ini biasanya digunakan untuk salah satu produk yaitu produk Kredit Usaha Rakyat (KUR).Murabahah merupakan akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan harga pembelian barang kepada pembeli kemudian menjual kepada pihak pembeli dengan mensyaratkan keuntungan yang diharapkan sesuai jumlah tertentu.[6]

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah Kredit Modal Kerja atau Kredit Investasi dengan plafon kredit sampai dengan Rp 500 juta yang diberikan kepada usaha mikro, kecil dan koperasi yang memiliki usaha produktif yang akan mendapat penjaminan dari perusahaan penjamin. Namun, tidak semua usaha dapat di biayai oleh Kredit Usaha Rakyat(KUR) BRI KCP Demak menilai calon debitur dengan menggunakan prinsip kriteria 5C yaitu *Character* (karakter), *Capacity* (kemampuan mengembalikan utang), *Collateral* (jaminan), *Capital* (modal), dan *Condition* (situasi dan kondisi). Jika calon debitur memenunuhi kriteria 5C tersebut maka di anggap layak untuk mendapatkan fasilitas kredit.

Agar perusahaan berhasil dalam memasarkan produknya baik barang ataupun jasa maka diperlukan adanya strategi pemasaran.Strategi pemasaran memiliki peran besar dalam berbagai bidang usaha dalam dunia bisnis. Strategi dalam memasarkan suatu produk juga bermanfaat agar perusahaan memiliki suatu pengetahuan yang lebih mendalam mengenai suatu pasar yang akan

[6]Ismail, *Perbankan Syariah* ,,, h.138

dimasukinya sehingga apabila strategi dijalankan dengan baik maka perusahaan dapat meningkatkan jumlah penjualannya.[7]

Persaingan dalam dunia bisnis menurut setiap pemasar untuk melaksanakan kegiatan pemasarannya dengan lebih efektif dan efisien, kegiatan pemasaran tersebut membutuhkan sebuah konsep pemasaran yang mendasar sesuai dengan kepentingan pemasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggan.Dalam hal ini, pemasaran islami memiliki posisi yang sangat strategis, karena pemasaran islami merupakan salah satu strategi pemasaran yang didasarkan pada Al-Quran dan Sunnah Rasulullah SAW.[8]

Pemasaran islami merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* (nilai) dari satu inisiator (pemrakarsa) kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad serta prinsip-prinsip Islam dan muamalah dalam Islam.

Secara umum, pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Secara definitif dapat dikatakan bahwa konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen

---

[7]Anita Irawati, Asti Marlina, dkk, *Strategi Pemasaran KUR pada PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Bogor Pajajaran*, h. 35

[8]*Ibid,* h. 36

merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Bisnis dalam dunia perbankan merupakan salah satu sektor usaha yang juga membutuhkan strategi pemasaran terutama pada jasa penyaluran dna. Fasilitas penyaluran danayang diberikan oleh bank merupakan sumber asset terbesar bagi bank. Dapat dibayangkan jika suatu bank tidak mampu menyalurkan pembiayaan, sementara dana yang terhimpun disimpanan jumlahnya besar maka sudah dapat dipastikan bank tersebut akan mengalami kerugian karena harus membayar bunga atas simpanan para nasabahnya. Maka dari itu strategi pemasaran pada jasa penkreditan sangat dibutuhkan mengingat masih banyak para pelaku usaha kecil yang masih belum memiliki pengetahuan tentang kredit sehingga mereka belum mau untuk menggunakan kredit.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini akan membahas tentang Bank BRI Syariah KCP Demak dengan judul **"Strategi Pemasaran KUR pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis membatasi ruang lingkup karya ilmiah pada :

1. Bagaimana penerapan akad murabahah di BRI Syariah KCP Demak?

2. Bagaimana strategi pemasaran produk KUR pada BRI Syariah KCP Demak?

C. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis, antara lain :

1. Untuk mengetahui penerapan akad murabahah pada BRI SyariahKCP Demak.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran KUR pada BRI Syariah KCP Demak.

D. Manfaat Penelitian

Pemecahan masalah dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat member pengetahuan dan wawasan yang baru bagi para pembaca dan penulis tentangStrategi Pemasaran KUR padaBRI Syariah KCP Demak**.**

2. Bagi Bank BRI Syariah KCP Demak

   Bagi pihak Bank yang menjadi objek penelitian, akan memberikan masukan tentang Strategi Pemasaran KUR pada BRI Syariah KCP Demak**.**

3. Bagi pembaca

   Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang sangat berharga bagi berbagai pihak yang terkait dengan Strategi Pemasaran KUR pada BRI Syariah KCP Demak**.**

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dimaksudkan membantu member gambaran tentang metode dan teknik yang dipakai dalam penelitian yang mempunyai permasalahan erupa dengan penelitian yang sedang peneliti hadapi.Dalam hal ini peneliti telah memilih tugas akhir yang berkaitan dengan penelitian ini. Diantaranya adalah :

1. Penelitian Lilis Wahidatul Fajriyah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2018, yang berjudul:[9] *"Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Tahu Baxo Ibu Pudji Ungaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam"*, dengan kesimpulan dalam prespektif syariah memandang bahwa sektor perdagangan atau pemasaran merupakan suatu sektor pemenuhan kebutuhan hidup yang dibolehkan, asalkan dilakukan dengan cara yang benar yang jauh dari unsur kebatilan. Karakteristik pemasaran Islami yang diterapkan TAHUBAXO Ibu Pudji Ungaran adalah Ketuhanan, Etika (akhlak), dan manusiawi (Humanists). Dalam melakukan pemasarannya TAHUBAXI Ibu Pudji Ungaran melakukan *segmenting* dan *targeting* seperti yang dipraktikkan Nabi Muhammad SAW tatkala beliau berdagang ke negara Syam, Yaman dan Bahrain.

[9]Lilis Wahidatul Fajriyah, "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahu BaxO Ibu Pudji Ungaran dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi dipublikasikan* pada http://eprints.walisongo.ac.id/8894/1

TAHUBAXO Ibu Pudji Ungaran juga melakukan *Market Positioning* (penetapan posisi pasar), dan *Internal Development* yaitu perkembangan melalui usaha sendiri dengan melakukan penelitian dan pengembangan (*research and development*).

2. Anya Kurniadi Putri Mahasiswa Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2017, yang berjudul:[10] *"Analisis Kelayakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang BSD City"*, dengan kesimpulan terdapat lima tahapan prosedur pembiayaan KUR Mikro iB BRISyariah. Pertama, tahap permohonan pembiayaan yaitu tahap pengajuan permohonan pembiayaan KUR Mikro iB. kedua, analisis pembiayan, pada tahap ini pihak AOM melakukan pengecekan nasabah yang mengacu pada 5C (*character, capital, capital, capacity, condition of economy dan collateral*). Ketiga, tahap pemberian putusan pembiayaan yaitu pemberian putusan mengenai persetujuan pencairan pembiayaan oleh Unit Head (UH), setelah disetujui dilanjutkan dengan akad dan penandatanganannya. Keempat, tahap pencairan/akad pembiayaan. Pada tahap ini dana telah dicairkan dan dikirimkan ke rekening mikro nasabah. Kelima, tahap monitoring. AOM

[10]Anya Kurniadi Putri, "Analisis Kelayakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang BSD City", *Skripsi dipublikasikan* pada http://repository.uinjkt.ac.id/37668 diakses pada tanggal 5 Juli 2019 pukul 19:14

melakukan monitoring 3 hari pasca pencairan dengan membawa LKN (Lembar Kunjungan Nasabah).

3. Anita Irawati Asti Marlina Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Ibn Khaldun Bogor Tahun 2014, yang berjudul:[11] *"Strategi Pemasaran pada PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Bogor Pajajaran"*, dengan kesimpulan BRI Bogor Pajajaran menggunakan analisis SWOT sebagai alat untuk menganalisis suatu serta kondisi yang telah dan mungkin dihadapi yang terdiri dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) untuk dapat menentukan strategi yang akan dijalankan. Para pelaku UMKM-K yang belum memiliki legalitas atas usaha nya seperti SIUP, TDP, dan belum memiliki NPWP, menjadi salah satu kendala bagi pemasar KUR. Selain itu, banyak nya jenis usaha yang tidak boleh dibiayai juga menjadi kendala bagi pemasar karena terbatasnya sektor usaha yang dapat dibiayai sehingga mempersempit jangkauan pemasar untuk memperoleh debitur.

F. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan salah satu aspek terpenting dalam melakukan penelitian ilmiah.Sedangkan penelitian ilmiah digunakan untuk mendapatkan sebuah data yang terbukti

[11]Anita Irawati Asti Marlina, "Strategi Pemasaran pada PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Bogor Pajajaran", *Skripsi dipublikasikan* pada http://ejournal.uika-bogor.ac.id/975 diakses tanggal 5 Juli 2019 pukul 19:14

kebenaarannya.Untuk itu, setiap penelitian harus menggunakan pendekatan yang tepat, karenapendekatan itu sangat menentukan seluruh langkah penelitian.

1. Jenis Penelitian

   Penelitian ini langsung terjun ke lapangan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatf dimana penulis bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah, yang akan penulis lakukan penelitian di BRI Syariah KCP Demak.

2. Sumber Data

   Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

   a. Data Primer

      Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini penelitian memperoleh data atau informasi diperoleh langsung dengan mengamati kinerja marketing BRI Syariah KCP Demak.

   b. Data Sekunder

      Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Teknik ini adalah pengamatan dari penelitian terhadap objek penelitiannya.Kita dapatmengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliputi seluruh peristiwa yaitu melalui pengamatan yang meliputi kinerja marketing secara langsung di BRI Syariah KCP Demak dalam memasarkan produk KUR.

b. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan wawancara merupakan cara yang banyak digunakan, wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data, dimana dapat dilaksanakan secara langsung dengan pegawai ataumanajer BRI Syariah KCP Demak .

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode yang digunakan untuk mencari data-data otentik yang bersifat dokumentasi, baik data itu berupa catatan harian, memori atau catatan pnting lainnya.Adapun yang dimaksud dengan dokumen disini adalahdata atau dokumen yang tertulis.Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang keadaan mekanisme kerja.Laporan karyawan dan lain-lain di BRI Syariah KCP Demak.

G. Sistematika Penelitian

Dalam penulisan Tugas Akhir ini akan dibagi menjadi empat bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang tersusun secara sistematis sehingga mempermudah pembahasan dan pemahaman bab pertama adalah pendahuluan, yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitin, sistematika penulisan . Tugas Akhir ini terdiri dari empat bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang pengertian Analisis, Pengertian Kelayakan, Pengertian Pembiayaan, Tujuan Pembiayaan, Fungsi Pembiayaan, Jenis-jenis Pembiayaan, Produk-produk Pembiayaan, Analisis Kelayakan Pembiayaan, Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR), Landasan Hukum Kredit Usaha Rakyat (KUR).

BAB III GAMBARAN UMUM BRI SYARIAH KCP DEMAK

Dalam bab ini berisi tentang Sejarah berdirinya, Profit, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, dan Produk-produk yang Dimiliki oleh BRI Syariah KCP Demak.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai hasil penelitian yaitu dari Strategi Pemasaran KUR pada Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini terdiri dari kesimpulan hasil pembahasan, saran dan penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Murabahah

1. Pengertian Murabahah

Murabahah merupakan produk financial yang berbasis bai' atau jual beli.[12] Jual beli (buyu', jamak dari bai') atau perdagangan atau perniagaan atau trading secara terminology Fikih Islam berarti tukar menukar harta atas dasar saling ridha (rela), atau memindahkan kepemilikan dengan imbalan pada sesuatu yang diinginkan.[13]

Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memberikan definisi tentang murabahah dalam penjelasan pasal 19 ayat (1) huruf d. menurut Penjelasan Pasal 19 ayat (1) huruf d tersebut, yang dimaksud dengan "akad murabahah" adalah Akad Pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati.[14]

[12]Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2014, h. 190
[13]Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2007, h. 76
[14]Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk* ... h. 193

2. Rukun Murabahah

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

   1) Pelaku akad, yaitu bai' (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan memebeli barang
   1) Objek akad, yaitu mabi' (barang dagangan) tsaman (harga)
   1) Shighah, yaitu Ijab dan Qabul[15]

3. Syarat-syarat Murabahah

   Ada beberapa syarat yang harus diperhatikan oleh bank syariah atau oleh unit usaha syariah dari suatu bank umum konvensional agar akad murabahah tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Artinya, bila akad syariah dibuat oleh suatu bank syariah atau oleh unit usaha syariah dengan memperhatikan syarat-syarat yang dikemukakan dibawah ini, maka bank syariah atau unit usaha syariah tidak melanggar ketentuan larangan yang ditentukan dalam pasal 24 ayat (1) huruf a tentang perbankan syariah . sebagaimana diketahui menurut undang-undang perbankan syariah, bank syariah dilarang melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah.[16]

[15]Ascarya, *Akad dan Produk* ,,, h. 82
[16]Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk* ... h. 201

Beberapa syarat pokok jual belimenurut Usmani, antara lain sebagai berikut:[17]

a) Barang yang diperjual belikan harus ada pada saat transaksi dilakukan. Oleh karena itu, barang yang belum ada tidak dapat diperjualbelikan. Jika terjadi transaksi semacam ini, meskipun atas dasar saling ridha, maka jual beli tersebut tidak sah secara syariah.
b) Barang yang akan diperjualbelikan harus merupakan milik dari penjual. Jika terjadi jual beli barang yang belum dimiliki penjual pada saat transaksi, maka jual beli tersebut tidak sah secara syariah.
c) Barang yang akan diperjualbelikan harus berada dalam kekuasaan konstruktif dari penjual. Hak milik konstruktif adalah situasi ketika barang secara fisik belum ditangan penjual, tapi sudah dalam kendalinya, dan semua hak dan kewajiban dari barang tersebut sudah dipindahkan kepadanya, termasuk risiko kerusakan barang.
d) Jual beli harus langsung dan mutlak. Ini berarti, jual beli untuk waktu yang akan datang atau jual beli dengan syarat kejadian di waktu yang akan datang tidak sah. Jika para pihak ingi jual beli menjadi efektif, mereka harus melakukannya dengan jual beli baru setelah sampai pada waktu yang akan datang tersebut atau suatu peristiwa terjadi.

[17]Ascarya, *Akad dan Produk* ,,, h. 82

e) Objek yang diperjualbelikan harus merupakan barang yang memiliki nilai. Jadi, barang yang tidak memiliki nilai perdagangan tidak dapat dijual atau dibeli.
f) Objek yang diperjualbelikan harus bukan barang haram.
g) Objek yang diperdagangkan harus dapat diketahui dan diidentifikasi secara spesifik oleh pembeli.
h) Penyerahan barang kepada pembeli harus tertentu dan tidak bergantung pada suatu syarat atau kemungkinan
i) Kepastian harga barang merupakan syarat yang diperlukan agar jual beli sah. Jika barang belum pasti, maka jual beli tidak sah.
j) Jual beli harus tanpa syarat. Jual beli dengan syarat tidak sah, kecuali syarat tersebut dikenal sebagai bagian transaksi sesuai dengan penggunaannya dalam perdagangan.

4. Jenis-jenis Murabahah[18]

Dalam Fikih Islam dikenal berbagai macam jual beli. Dari sisi objek yang diperjual-belikan, jual beli dibagi tiga, yaitu:

1) Jual beli mutlaqah, yaitu pertukaran antara barang atau jasa dengan uang
2) Jual beli sharf, yaitu jual beli atau pertukaran antara satu mata uang dengan mata uang lain
3) Jual beli muqayyadah, yaitu jual beli di mana pertukaran terjadi antara barang dengan barang (barter), atau pertukaran

[18]*Ibid*, h. 76

antara barang denganbarang yang dinilai dengan valuta asing (counter trade)

Dari sisi cara menetapkan harga, jual beli dibagi empat, yaitu:

1) Jual beli musawamah (tawar menawar), yaitu jual beli biasa ketika penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatnya.
2) Jual beli amanah, yaitu jual beli dimana penjual memberitahukan modal jualnya (harga perolehan barang). Jual beli amanah ada tiga, yaitu:
    a) Jual beli murabahah, yaitu jual beli ketika penjual menyebut-kan harga pembelian barang (termasuk biaya perolehan) dan keuntungan yang diinginkan.
    b) Jual beli muwadha'ah (discount), yaitu jual beli dengan harga dibawah modal dengan jumlah kerugian yang diketahui, untuk penjualan barang atau aktiva yang nilai bukunya sudah sangat rendah.
    c) Jual beli tauliyah, yaitu jual beli dengan harga modal tanpa keuntungan dan kerugian.
3) Jual beli dengan harga tangguh, Bai' bitsaman ajil, yaitu jual beli dengan penetapan harga yang akan dibayar kemudian. Harga tangguh ini bileh tinggi daripada harga tunai dan bisa dicicil.
4) Jual beli muzayadah (lelang), yaitu jual beli dengan penawaran dari penjual dan para pembeli berlomba

menawar, lalu penawar tertinggi terpilih sebagai pembeli. Kebalikannya, disebut jual beli munaqadhah, yaitu jual beli dengan penawaran pembeli untuk membeli barang dengan spesifikasi tertentu dan para penjual berlomba menawarkan dagangannya, kemudian pembeli akan membeli dari penjual yang menawarkan harga termurah.

Dari sisi cara pembayaran, jual beli dibagi empat yaitu:

1) Jual beli tunai dengan penyerahan barang dan pembayaran langsung
2) Jual beli dengan pembayaran tertunda, bai' muajjal (deffered payment), yaitu jual beli dengan penyerahan barang secara langsung (tunai), tetapi pembayarannya dilakukan kemudian dan bisa dicicil
3) Jual beli dengan penyerahan barang tertunda (deffered delivery), yang meliputi:
    a) Bai' as salam, yaitu jual beli ketika pembeli membayar tunai dimuka atas barang yang dipesan (biasanya produk pertanian) dengan spesifikasinya yang akan diserahkan kemudian
    b) Bai' al istishna, yaitu jual beli dimana pembeli membayar tunai atau bertahap atas barang yang dipesan (biasanya produk manufaktur) dengan spesifikasinya yang harus diproduksi dan diserahkan kemudian

c) Jual beli dengan penyerahan barang dan pembayaran sama-sama tertunda

Namun demikian, bentuk jual beli yang diadopsi dalam perbankan syariah dalam pemberian pembiayaan secara luas ada tiga, yaitu bai' al-murabahah (biasa disebut murabahah saja) , bai' as salam (biasa disebut salam saja), dan bai' al istishna (biasa disebut istishna saja).

5. Landasan Hukum Murabahah[19]

a. Al-Qur'an

Dalam Al-Qur'an dijelaskan pada Surat An-Nisa' Ayat 29, yang 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-sama diantara kamu.Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu".

b. Hadits

Dari Abu Sa'id Al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, yang artinya:

"Sesungguhnya jual beli itu harus dilakukan suka sama suka". (HR. al-Baihaqi dan Ibnu Majah, dan dinilai shahih oleh Ibnu Hibban)

[19]SutanRemy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk ...* h. 195

c. Fatwa DSN-MUI No.04/MUI/IV/2000 tentang Murabahah[20]

Pertama : ketentuan Umum Murabahah dalam Bank Syariah

1) Bank dan nasabah harus melakukan akad Murabahah yang bebas riba
2) Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariat 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
6) Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya
7) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati
8) Untuk mencegah terjadinya penyalahguanaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah

[20]*Ibid* ,,, h. 195-196

9) Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual-beli Murabahah harus dilakukan setlah barang secara prinsip, menjadi milik bank

Kedua : ketentuan Murabahah kepada Nasabah

1) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau asset kepada bank
2) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu asset kepada bank
3) Bank kemudian menawarkan asset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)nya sesuai perjanjian yang telah disepakatinya, karena secara hukum perjanjian 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 alternative dari uang muka, maka:
   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

B. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi-operasi bisnis berkala besar, menggerakkan semua sumber daya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis.Jhon A. Byme mendefinisikan strategi sebagai sebuah pola yang mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing dan faktor-faktor lingkungan.Jack Trout merumuskan bahwa inti dari strategi adalah bagaimana bertahan hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik dibenak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata

yang sederhana dikepala.[21] Dalam hal ini strategi dipahami bukan hanya sebagai "berbagai" cara untuk mencapai tujuan melainkan mencakup pula penentuan berbagai tujuan itu sendiri. Strategi dipahami pula sebagai sebuah pola yang mencakup didalamnya baik strategi yang direncanakan maupun strategi yang pada awalnya tidak dimaksudkan oleh perusahaan tetapi menjadi strategi yang dipertimbangkan bahkan dipilih oleh perusahaan untuk di implementasikan.[22]

Pada awalya konsep strategi didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. Konsep *generic* ini terutama sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan didalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang digunakan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan. Sedangkan cara yang digunakan oleh pasukan untuk memenangkan pertempuran disebut dengan istilah taktik.

Sedangkan istilah strategi, sebagaimana dikemukakan oleh Freddy Rangkuti adalah alat untuk mencapai tujuan. Sedang, menurut Hamel dan Prahalad, Strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang

[21]Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2002, h. 29
[22]Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, Bandung: Erlangga, 2012, h. 64

tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Richard L. Daft mendefinisikan strategi secara eksplisit, yaitu rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumberdaya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, (competitive) adalah hal yang membedakan suatu perusahaan dari perusahaan lain dan memberi ciri khas bagi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pasar konsumen.

Strategi pemasaran merupakan suatu manajemen yang disusun untuk mempercepat pemecahan persoalan pemasaran dan membuat keputusan-keputusan yang bersifat strategis. Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyesuaian strategi pada level yang berbeda.

2. Macam-macam Strategi

Dalam konteks penyusunan strategi, pemasaran memiliki 2 dimensi, yaitu dimensi saat ini dan dimensi yang akan datang. Dimensi saat ini berkaitan dengan hubungan yang telah ada antara perusahaan dengan lingkungannya. Sedangkan dimensi yang akan datang mencakup hubungan dimasa yang akan datang yang diharapkan akan dapat terjalin dan program tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi pemasaran terdiri dari prinsip-prinsip dasar yang mendasari manajemen untuk mencapai tujuan bisnis dan pemasarannya dalam sebuah pasar sasaran, strategi pemasaran

mengandung keputusan dasar tentang pemasaran, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatau perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sarana, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Dalam startegi pemasaran terdapat elemen-elemen yang saling terkait. Kelima elemen-elemen tersebut adalah :

a. Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani. Keputusan ini didasarkan pada faktor-faktor berikut ini.
    1) Persepsi terhadap fungsi produk-produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi
    2) Keterbatasan sumber daya internal yang mendorong perlunya pemusatan (*focus*) yang sempit.
    3) Pengalaman komulatif yang didasarkan pada trial-aud-error di dalam menanggapi peluang dar akses

terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi.

b. Perencanaan produk, meliputi spesifik yang terjual, pembentukan lini produk dan desain penawaran individual pada masing-masing lini. Produk itu sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian. Manfaat tersebut meliputi produk itu sendiri, nama merek produk, ketersediaan produk, jaminan atau garansi, jasa reparasi dan bantuan teknis yang disediakan penjual, serta hubungan personal yang mungkin terbentuk diantara pembeli dan penjual.
c. Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan
d. Sistem distribusi, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dilalui produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
e. Komunikasi pemasaran (promosi), yang meliputi periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing* dan *public relations*.

Strategi pemasartan yang ditetapkan dan dijalankan perusahaan memiliki beberapa fungsi yaitu :

a. Menetapkan basis konsumen secara strategis, rasional, dan lengkap dengan informasinya.
b. Mengidentifikasi kebutuhan yang sekarang dan yang akan dating dari konsumen dan calon konsumen.
c. Menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan tepat dan menguntungkan, serta mampu membedakan perusahaan dengan pesaing.
d. Mengkomunikasikan dan mengantarkan produk tersebut ke pasar sasaran.
e. Memimpin seluruh personal bidang pemasaran untuk menjadi sekumpulan tenaga kerja yang disiplin, potensial, berpengalaman.

Dalam merumuskan strategi pemasaran dibutuhkan pendekatan-pendekatan analistis. Pendekatan strategi pemasaran suatu perusahaan untuk menanggapi setiap perubahan kondisi pasar dan faktor biaya tergantung pada analisis terhadap faktor-faktor berikut ini :

a. Faktor lingkungan

   Analisis terhadap faktor lingkungn seperti pertumbuhan populasi dan peraturan pemerintah sangat penting untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulknnya pada bisnis perusahaan. Selain itu faktor-faktor seperti

perkembangan teknologi, tingkat inflasi dan gaya hidup juga tidak boleh diabaikan. Hal-hal tersebut merupakan faktor lingkungan yang harus dipertimbangkan sesuai dengan produk dan pasar perusahaan.

b. Faktor pasar

Setiap perusahaan perlu memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor seperti ukuran pasar, tingkat pertumbuhan, tahap perkembngan, trend dalam sistem distribusi, pola perilaku pembeli, permintaan musiman, segmen pasar yang ada saat ini atau yang dapat dikembangkan lagi, dan peluang-peluang yang belum terpenuhi.

c. Faktor persaingan

Dalam kaitannya dengan persaingan, setiap perusahaan perlu memahami siapa pesaingnya, bagaimana posisi produk/pasar pesaing tersebut, apa strategi mereka, kekuatan dan kelemahan pesaing, struktur biaya pesaing, dan kapasitas produk pesaing.

d. Faktor perilaku konsumen

Perilaku konsumen perlu dipantau dan dianalisis karena hal ini sangat bermanfaat bagi pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi dan penentuan strategi promosi.Analisis perilaku

konsumen dapat dilakukan dengan penelitian (riset pasar), baik melalui observasi maupun untuk metode survai.

3. Pengertian Pemasaran

Sering didengar banyak orang berbicara mengenai penjualan, pembelian, transaksi, dan perdagangan; tetapi apakah istilah ini sama dengan apa yang dimaksudkan dengan penafsiran? Masih banyak diantara kita, menafsirkan pemasaran tidak seperti seharusnya.Timbulnya penafsiran yang tidak tepat ini terutama disebabkan karena masih banyaknya diantara kita yang belum mengetahui dengan tepat definisi tentang pemasaran tersebut.Kesalahan pengertian ini menimbulkan pandangan yang keliru tidak hanya tentang kegiatan yang terdapat dalam bidang pemasaran, tetapi tentang tugas tenaga pemasaran.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud.

Apabila masyarakat berbicara mengenai pemasaran, umumnya yang dimaksudkan adalah permintaan atau pembelian dan harga.

Menurut Philip kotler (1992); marketing *is a social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and what through creating, offering, and exchanging products of value of with other*. (pemasaran adalah

adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai).

Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memilikikendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok, yaitu :

a. Bisnis ada yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki dimasa mendatang.
b. Bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga promosi dan distribusi (bauran pemasaran) untuk melayani pasar sasaran.

4. Sistem Informasi Pemasaran

Sistem informasi pemasaran adalah suatu struktur yang berlanjuta dan saling berkaitan dengan orang, peralatan, dan prosedur yang ditujukan untuk mengumpulkan, menyaring, menganalisis dan membagikan informasi yang spesifik, tepat

waktu dan cermat untuk dipergunakan oleh para pengambil keputusan dalam rangka penyempurnaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pemasaran.[23] Dengan adanya sistem informasi yang baik akan mempermudah pihak bank dalam mengumpulkan dan menyaring informasi yang berkembang diluar bank. Demikian pula dengan adanya riset pasar yang dijalankan dan dikembangkan akan mempermudah bank untuk merencanakan kegiatan pemasarannya.[24]

Hal-hal yang perlu dilakukan dalam suatu sistem informasi pemasaran, yaitu[25]

1. Menilai Kebutuhan Informasi
2. Mengembangkan Informasi
3. Mendistribusikan Informasi

Riset Pemasaran adalah desain, pengumpulan, analisis dan pelaporan yang sistematis atas data dan segala penemuan yang relevan dengan suatu pemasaran tertentu yang dihadapi perusahaan. Riset pemasaran dapat membantu para eksekutif pemasaran dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.[26]

---

[23]Kasmir, *Pemasaran Bank,* Jakarta: Kencana, 2004, h. 104
[24]Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah,* Bandung: Alfabeta, 2012, h. 117
[25]Kasmir, *Pemasaran Bank,* Jakarta: Kencana, 2004, h.118
[26]Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank,* h. 24

Adapun proses riset pemasaran tersebut meliputi:[27]

1. Menetapkan masalah yang dihadapi dan tujuan pemasaran yang akan dijalankan oleh bank nantinya
2. Mengembangkan rencana riset yang akan dilakukan dengan menentukan kebutuhan informasi yang spesifik, mengumpulkan informasi sekunder, dan mengumpulkan informasi primer
3. Mengimplementasikan dan melaksanakan rencana dan tahapan riset yang telah disusun secara sistematis
4. Menginterpretasikan dan melaporkan hasil riset yang telah dilaksanakan. Analisis informasi yang sudah diperoleh dengan berbagai metode analisis baik empiris kuantitatif maupun kualitatif
5. Mendistribusikan informasi yang telah diolah dan dianalisis kepada berbagai pihak atau unit kerja

[27]Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, h. 123-139

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya

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

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

Kehadiran PT. Bank BRISyariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRISyariah yang mampu melayani masyarakat dalam

kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Aktivitas PT. Bank BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.

Saat ini PT. Bank BRISyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRISyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumer berdasarkan prinsip Syariah.

B. Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia Syariah

1. Visi BRISyariah

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

2. Misi BRISyariah
   a) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
   b) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
   c) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
   d) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

C. Produk-produk di BRISyraiah

1. Produk Penghimpun Dana
   a) Tabungan Faedah

      Merupakan produk simpanan dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari dengan akad *wadi'ah yad dhamanah*.

      Fasilitas dan Keunggulan:

      - Beragam FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah).
      - Mendapatkan Buku tabungan.

- Mendapatkan Kartu ATM.
- Dapat bertransaksi di seluyruh jaringan kantor dan elektronik BRISyariah secara online ataupun realtime.
- Dengan kartu ATM BRISyariah, anda mudah melakukan berbagai transaksi perbankan di ATM BRISyariah serta di puluhan ribu jaringan ATM BRI,Bersama maupun Prima di seluruh indonesia.
- BRISyariah juga berfungsi sebagai kartu debit untuk berbelanja tanpa harus membawa uang tunai di seluruh merchant berlogo DebitBRISyariah dan Prima.
- Ringan setoran awal Rp. 100.000,-
- Gratis biaya administrasi bulanan.
- Gratis biaya Kartu ATM Bulanan.
- RINGAN biaya tarik tunai di seluruh jaringan ATM BRI, Bersama & Prima*).
- RINGAN biaya transfer melalui jaringan ATM BRI, Bersama & Prima*).
- RINGAN biaya Cek Saldo di jaringan ATM BRI, Bersama & Prima*).
- RINGAN biaya debit di jaringan EDC BRI & Prima*) Berbagai layanan perbankan yang dapat di lakukan melalui mesin ATM BRISyariah :
  a. Informasi Saldo
  b. Tarik Tunai

c. Ganti Pin
d. Transfer ke rekening BRISyariah maupun ke Bank lain
e. Pembayaran Tagihan
f. Pembayaran pembelian
g. Pembayaran zakat,infaq,shadaqah,wakaf dan qurban
h. Pembayaran uang sekolah (SPP)

b) Tabungan Haji

Merupakan produk simpanan yang menggunakan akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah Khusus bagi calon Haji yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) dengan akad*Mudharabah Muthlaqah* .

Fasilitas dan Keunggulan

- Setoran awal yang RINGAN
- GRATIS biaya administrasi bulanan
- GRATIS asuransi jiwa dan kecelakaan
- Online dengan SISKOHAT (Sistem Komputerisasi Haji Terpadu) untuk kepastian porsi keberangkatan haji
- Bebas setiap saat menambahkan saldo
- Dapat bertransaksi di seluruh jaringan Kantor Cabang BRISyariah secara online

- Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan
- Kemudahan dalam merencanakan persiapan ibadah haji Anda
- Dapat dibukakan untuk anak-anak
- Tersedia pilihan ibadah Haji Reguler dan Haji Khusus

Syarat dan Ketentuan:

- Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)
- Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- Melampirkan fotokopi Kartu Keluarga (untuk pembukaan bagi anak-anak).

Fitur & Biaya:

- Setoran awal minimum : Rp 50.000,-
- Setoran selanjutnya minimum : Rp. 10.000,-
- Saldo mengendap minimum : Rp. 50.000,-
- Tidak mendapat Kartu ATM
- Dana tidak dapat ditarik sewaktu-waktu
- GRATIS asuransi jiwa dan kecelakaan
- Pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan
- Biaya administrasi bulanan tabungan : GRATIS
- Biaya penggantian buku tabungan saat pembukaan rekening atau karena habis : GRATIS

- Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak : Rp 5.000,-
- Biaya jika saldo mengendap dibawah minimum : GRATIS.
- Biaya penutupan rekening : Rp.25.000,-

c) Tabungan Impian

Merupakan produk simpanan berjangka dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme autodebet setoran rutin bulanan dengan akad *Mudharabah Muthlaqah.*

Fasilitas dan Keunggulan

- Mendapatkan buku tabungan dan sertifikat asuransi
- GRATIS asuransi hingga Rp. 750 juta

Syarat dan Ketentuan

- Melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk)
- Melampirkan fotokopi NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- Memiliki produk Tabungan Faedah BRISyariah iB sebagai rekening induk.
- Fitur & Biaya
- Setoran awal minimum : Rp 50.000,-

- Setoran rutin bulanan minimum : Rp 50.000,- dan kelipatannya
- Jangka waktu 12 – 240 bulan (kelipatan 12 bulanan) atau hingga usia Penabung saat jatuh tempo maks. 65 tahun.
- Tidak mendapatkan Kartu ATM Wajib memiliki Tabungan Faedah BRISyariah iB sebagai rekening induk.
- 1 rekening induk bisa memiliki beberapa Tabungan Impian BRISyariah iB.
- 1 Tabungan Impian BRISyariah iB hanya bisa memiliki 1 rekening induk.
- Dana hanya dapat ditarik pada saat jatuh tempo melalui rekening induk.
- Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan.
- Tidak dapat dilakukan perubahan jangka waktu, setoran rutin bulanan, rekening induk.
- Dapat dilakukan setoran non-rutin sewaktu-waktu.
- Biaya administrasi bulanan : GRATIS
- Biaya premi asuransi : GRATIS
- Biaya autodebet setoran rutin : GRATIS
- Biaya gagal audebet : GRATIS
- Biaya penutupan rekening sebelum jatuh tempo : Rp 50.000,-

d) Deposito BRISyariah

Deskripsi Produk Merupakan produk simpanan berjangka menggunakan Akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal dengan akad : *Mudharabah Muthlaqah.*

Fasilitas dan Keunggulan

- Bagi Hasil yang kompetitif
- Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang Anda dapatkan
- Pemindahbukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening Tabungan atau Giro di BRISyariah
- Dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai yang berlaku pada saat diperpanjangDapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan.

Syarat & Ketentuan

- Untuk nasabah perorangan; o melampirkan fotokopi KTP (Kartu Tanda Penduduk) o melampirkan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak)
- Untuk nasabah non-perorangan, melampirkan dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku di BRISyariah

- Memiliki produk Tabungan Faedah BRISyariah iB/Giro BRISyariah iB

Fitur & Biaya

- Minimum penempatan Rp 2.500.00,-
- Pilihan jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan
- Biaya break deposito Rp 100.000,-

e) Giro BRISyariah

Giro BRI Syariah iB merupakan simpanan untuk kemudahan berbasis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan atau dengan menggunakan akad wadiah yad dhamanah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan Cek/Bilyet Giro dengan pemberian bonus sesuai dengan ketentuan Bank dengan akad *Wadiah yad dhamanah.*

Manfaat :

- Fleksibilitas yang tinggi dalam bertransaksi
- Dapat bertransaksi di seluruh jaringan BRI Syariah secara online
- Dana bisa di ambil sewaktu-waktu
- Tidak mendapat buku tabungan dan kartu ATM
- Pemotongan zakat secara otomatis

Syarat dan ketentuannya:

- Perorangan
- Foto copy KTP yang masih berlaku

- Foto copy NPWPPerusahaan/ Badan Hukum
- Foto copy KTP yang masih berlaku dari pengurus
- Foto copy Akte Pendirian Perusahaan beserta perubahan (jika ada), serta penegesahan Departemen Kehakiman.

2. Produk Pembiayaan

a) Mikro BRISyraiah

Jenis pembiayaan mikro BRISyariah:

1) Mikro 25 Ib
2) Mikro 75 iB
3) Mikro 200 iB
4) KUR

Skema pembiayaan mikro BRISyariah menggunakan akad Murabahah (jual beli), dengan tujuan pembiayaan untuk modal kerja, investasi dan konsumsi (setinggi-tingginya 50 % dari tujuan produktif nasabah).

Pembiayaan mikro ini diperuntukkan bagi wira usaha dan atau pengusaha dengan lama usana minimal 2 tahun untuk produk pembiayaan Mikro, dan minimal 6 bulan untuk pembiayaan KUR.

Untuk BI Checking calon nasabah yang akan mengajukan pembiayaan harus dengan Track Record Kolektibilitas lancar dan tidak terdaftar dalam DHN BI. Pembiayaan ini diberikan kepada calon nasabah dengan rentang umur Minimal 21 tahun atau telah menikah untuk

usia lebih besar atau sama dengan 18 tahun. Maksimal 65 tahun pada saat akhir jangka waktu Pembiayaan.

Keterangan	Mikro 25 iB	Mikro 75 iB	Mikro 200 iB	KUR Mikro iB
Limit Pembiayaan	Rp. 5 Juta s.d 25 Juta	Rp. 25 Juta s.d 75 Juta	Rp. > 75 Juta s.d 200 Juta	s.d Rp. 25 Juta
Tenor Pembiayaan	312bulan	6-36 bulan (modal kerja) 6-60 Bulan (investasi)	6-60 Bulan	6-60 Bulan
Jaminan	Tanpa	Kendaraan bermotor	Kendaraan	Agunan
Agunan	Agunan	Kios, Los Tanah Kosong, Tanah & Bangunan Deposito BRI Syariah	Bermotor, Kios, Los Tanah Kosong, Tanah & Bangunan Deposito BRI	tidak wajib

			Syariah	
Dokumen Agunan		- SHM, SHGB,SHMSRS, AJB/Letter C/Girik. Petok D, BPKB, SHPTU/SIPTU, Gadai Deposito	SHM, SHGB,SHMSRS, SHPTU/SIPTU, BPKB, Gadai Deposit	

Syarat mengajukan pembiayaan mikro syariah di BRISyariah KCP Demak antara lain:

- E-KTP calon Nasabah dan pasangan (suami / istri) yang masih berlaku.
- Kartu Keluarga dan akta nikah.
- Akta cerai/ surat kematian (untuk janda/duda) Surat ijin usaha / Surat Keterangan usaha (SKU Asli).
- NPWP wajib ada limit pembiayaan > 50 juta Aplikasi Pengajuan Pembiayaan.
- Formulir aplikasi pengajuan pembiayaan wajib dilengkapi dan ditandatangani oleh nasabah.

- Catatan keuangan yang dibuat oleh nasabah atau nota-nota penjualan.
- SPPT PBB bukti lunas PBB tahun terakhir (Wajib untuk jaminan Tanah& Bangunan) (SPPT & STTS asli)
- FC agunan dan IMB jika ada
- Bukti Riwayat pembiayaan di Bank

b) KPR BRI Syariah iB

Merupakan pembiayaan kepemilikan rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli. Juga memfasilitasi pembiayaan seperti pembelian apartemen, ruko, rukan, tanah kavling, pembangunan serta renovasi.

c) Produk Jasa Layanan

Ada beberapa macam produk layanan BRI Syariah KCP Demak yaitu sebagai berikut :

1) Internet Banking BRI Syariah

Yaitu fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam, kapan dan dimanapun nasabah berada menggunakan Personal Computer, Laptop, Notebook atau PDA. Internet Banking BRIS akan memeberikan kemudahan, kepraktisan, keamanan serta kenyamanan

bagi nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Dengan layanan Internet Banking, transaksi dapat dilakukan dimana saja, kapan saja, selama masih terdapat koneksi jaringan internet.

Keuntungan menggunakan layanan Internet Banking BRISyariah yaitu:

- Hemat waktu, karena nasabah tidak perlu meningglakan meja kerja untuk melakukan aktivitas perbankan, cukup menggunakan PC, Laptop atau smartphone yang telah terkoneksi dengan jaringan internet.
- Aman, dilengkapi sistem keamanan berlapis dengan dukungan keamanan jaringan SSL (Secure Socket Layer) bersertifikat Verisign 128 bit serta e- Token BRIS.
- Transaksi Real Time Online, karena dapat dilakukan kapanpun, dan dimanapun melalui jaringan internet.
- Hemat biaya transaksi, hamper seluruh fitur yang ada, dapat di gunakan secara gratis.
- Satu akses satu semua produk, dengan login hanya menggunkan 1 User ID anda dapat sekaligus mengakses seluruh produk yang anda miliki di BRI Syariah.

Cara memperoleh layanan internet banking BRI Syariah yaitu :

- Telah memiliki atau membuka rekening tabungan di BRI Syariah pada kantor cabang atau kantor cabang pembantu atau kantor kas BRI Syariah.
- Nasabah memiliki kartu ATM BRIS.
- Nasabah memiliki nomor ponsel.
- Nasabah memiliki alamat email.
- Melakukan proses registrasi internet banking BRIS yang dilakukan melalui kantor cabang BRI Syariah atau secara mandiri.
- Melakukan aktivasi transaksi financial melalui kantor cabang BRI Syariah.
- Melakukan pemesanan e-Token BRIS sebagai fasilitas tambahn untuk melakukn aktivasi transksi finnsial anda dan melakukan proses aktivasi e-Token BRIS pada layanan internet Banking BRIS anda.
- Nasabah telah membaca syarat dan ketentuan layanan internet Banking BRIS.

d) e-Token BRI Syariah

Yaitu sistem pengaman berupa deretan angka atau nomor yang terdiri dari 6 digit angka/nomor yang

merupakan otentikasi tambahan selain User ID dan pasword yang dikirimkan melalui teknologi SMS (Short Message Service) BRISyariah ke telepon seluler/ handphone nasabah pengguna Internet Banking BRIS. e-TokenBRIS hanya dapat digunakan untuk keperluan transaksi finansial yang dilakuakan oleh Nasabah Pengguna situs Internet Banking BRIS. e-Token juga hanya di gunakan untuk keperluan transaksi yang dilakukan oleh nasabah penggunaa pada situs internet banking BRIS.

e) Mobile BRI Syariah

Mobile BRIS adalah aplikasi berbasis SMS dari Bank BRI Syariah yang dapat digunakan untuk mengakses rekning tabungan BRI Syariah iB kapanpun dan dimanapun. Untuk menggunakan mobile BRIS, terlebih dahulu nasabah dapat mendaftarkan layanan smsBRIS (SMS Banking BRI Syariah) di ATM BRIS atau Kantor Cabang BRI Syariah terdekat.

f) SMS Banking BRI Syariah

Adalah layanan perbankan 24 x 7 jam yang dapat diakses nasabah melalui telepon seluler/ handphone dengan menggunakan media Plain Short Message Service (Plain SMS) dari operator telekomunikasi ke Short Dialing Service (SDC) BRI Syariah 3338.

g) ATM dan Kartu ATM BRI Syariah

ATM merupakan alat elektronik yang diberikan oleh bank kepada pemilik rekening yang dapat digunakan untuk bertransaksi secara elektronis seprti mengecek saldo, mentrasfer uang atau melakukan penerikan tunai dari mesini ATM tanpa perlu dilayani oleh seorang teller.Sedangkan kartu ATM BRIS merupakan fasilitas alat bantu yang dikeluarkan oleh BRI Syariah berbentuk kartu yang secara elektronik dapat digunakan di mesin ATM, dan juga dapat berfungsi sebagai kartu pembayaran (kartu debit).

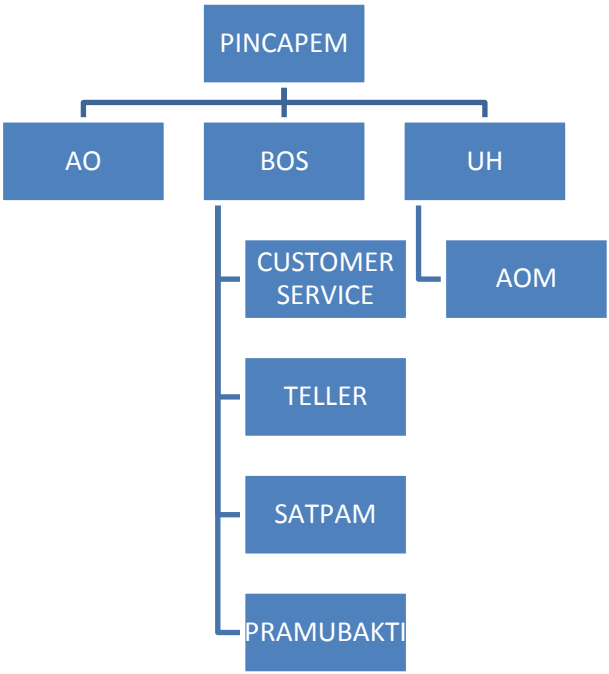
h) E-payroll BRI Syariah

E-payroll merupakan fitur layanan dari CSM BRI Syariah yang dapat digunakan untuk melakukan proses pembayaran gaji secara kolektif.

i) EDC (Elektronik Data Capture)

EDC merupakan media transaksi berbasis kartu yang menggunakan teknologi wireless sehingga dapat di operasikan secara mobile untuk menerima transaksi pembayaran belanja,di tempatkan di merchant-merchant sebagai pengelola mesin EDCBRIS dengan skema kerja sama.

D. Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak



Keterangan :

1. PINCAPEM (Pimpinan Cabang Pembantu) : Pujo Budi Winarto
2. BOS (Branch Operation Supervisor) : Samsul Rizal
3. UH (Unit Head) : Samsul Amin
4. Customer Service : Anisatun Nafiah
5. Teller : Henny Ika Safitri
6. AO (Accounting Office) : Habibi Anggoro

7. AOM (Acounting Officer Mikro) :
   a. Baskoro Muhammad
   b. Abrozun Naim
   c. Edi Iswanto
8. Satpam :
   a. Jalmono
   b. Taufiqurrohman
9. Pramubakti : Dwi Iriyanto

Tugas Masing-Masing Bagian

a. Pimpinan Cabang

   Pembantu Merencanakan, mengkoordinasi seluruh kegiatan kantor cabang yang meliputi kegiatan pemasaran dan operasional untuk menjamin tercapainya target yang di tetapkan secara efektif dan efisien untuk bank.

b. BOS (Branch Operation Supervisor)

   Mengkoordinasi kegiatan perbankan transaksi operasional dan teller, menyetujui atau otorisasi transaksi layanan opersi front office sesuai kewenangannya.

c. Custome Servise
   1. Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi tentang produk.
   2. Membantu nasabah dalam melakukan pembukaan atau penutupan rekening tabungan dan deposito.
   3. Memberikan informasi tentang saldo simpanan nasabah.

4. Menerima berkas calon nasabah yang mengajukan pembiayaan.
5. Menyimpan berkas tabungan dengan deposito.
6. Bertanggug jawab atas penomeran surat kelur, surat masuk, dan memo internal dan bertanggung jawab atas pengarsipannya.
7. Memberikan pelayanan informasi perbankan kepada nasabah terutama dalam menangani permasalahan transaksi nasabah.

d. Teller
   1. Menerima setoran tunai ataupun non tunai dari nasabah.
   2. Melakukan pembayaran tunai kepada nasabah yng bertransaksi tunai.
   3. Bertanggung jawab terhadap kesesuaian jumlah kas yang ada di system dengan kas yang ada terminalnya.

e. AO (Accounting Office) adalah sebagai:
   1. Menghimpun dana (Funding):
      - Mencari atau menghubungi nasabah potensial.
      - Memberikan informasi seperti brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada nasabah.

2. Menyalurkan dana (Lending):
    - Bertanggung jawab dalam menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang di berikan kepada nasabah yang di nilai produktif.
    - Mencari nasabah potensial yang bisa di berikan fasilitas dalam bentuk pembiayaan.
    - Bertanggung jawab atas kelancaran dalam pengembalian dana yang telah di salurkan kepada nasabah.
    - Melakukan penagihan, pengawasan, pembinaan yang telah di berikan fasilitas dalam bentuk pembiayaan dari bank.

f. UH (Unit Head) adalah sebagai:
    1. Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada pemijam.
    2. Menyususn rencana pembiayaan.
    3. Melakukan analisis pembiayaan.
    4. Meneima berkas pengajuan pembiayaan.
    5. Mengajukan berkas pembiayaan yang sudah di analisis kepada komisi pembiayaan.
    6. Melakukan admiistrasi pembiayaan.
    7. Membuat laporn perkembangan pembiayaan.
    8. Membuat proses akad pembiayaan.

9. Tugas, wewenang, dan tanggung jawab AOM (Acounting Officer Mikro) adalah sebagai menawarkan dan menjual produk yang ada kepada calon nasabah.

g. AOM (Acounting Officer Mikro)

Mensosialisasikan tentang produk-produk perusahaan kepada masyarakat untuk dijadikan sebagai nasabah. Kemudian untuk yang mendapatkan nasabah yang kredit macet harus dapat menarik dari nasabah sekecil mungkin resiko kerugian bagi perusahaan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penerapan Akad Murabahah di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak

1. Rukun dan Ketentuan Akad Murabahah di Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak

Rukun dari akad murabahah yang harus dipenuhi dalam transaksi pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR), yaitu:

1. Pelaku akad, yaitu bai' (penjual)

adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan musytari (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang. Dalam penerapannya BRI Syariah KCP Demak sebagai bai' (penjual) menawarkan salah satu produk yang ada dalam BRI Syariah KCP Demak kepada musytari (pembeli) yaitu nasabah.

Bai' menawarkan salah satu produk yaitu Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan menjelaskan segala ketentuan yang ada di dalam Kredit Usaha Rakyat tersebut.

2. Objek akad, yaitu mabi' (barang dagangan) dan tsaman (harga)

Objek akad murabahah yang terdapat dalam Bank Rakyat Indonesia KCP Demak tersebut berupa

pembiayaan mikro BRI Syariah antara lain: Mikro 25 iB, Mikro 75 iB, Mikro 200 iB, KUR,

3. Shighah, yaitu Ijab dan Qabul dan KPR.

   Penerapan secara langsung mengenai Ijab Qabul di dalam BRI Syariah KCP Demak ialah antara bai' (bank) dan musytari (nasabah) melakukan musyawarah untuk membahas segala ketentuan yang berkaitan

2. Mekanisme Kredit Usaha Rakyat (KUR) BRISyariah KCP Demak

   Mekanisme merupakan sebuah cara untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang mana nantinya tujuan tersebut untuk kesejahteraan masyarakat. Skema pembiayaan mikro BRI Syariah menggunakan akad Murabahah (jual beli), dengan tujuan pembiayaan untuk modal kerja, investasi dan konsumsi (setinggi-tingginya 50 % dari tujuan produktif nasabah).

   Kredit Usaha Rakyat, atau yang biasanya disebut KUR, adalah kredit/pembiayaan kepada Usaha Mikro Koperasi (UMKM-K) dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif. KUR adalah program yang dicanangkan oleh pemerintah namun sumber dananya berasal sepenuhnya dari bank.Pemerintah memberikan pinjaman terhadap resiko KUR sebesar 70% sementara sisanya sebesar 30% ditanggung oleh bank pelaksana.Penjaminan KUR diberikan dalam rangka

meningkatkan akses UMKM-K pada sumber pembiayaan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. KUR disalurkan oleh 6 bank pelaksana yaitu Mandiri, BRI, BNI, Bukopin, BTN , dan Bank Syariah Mandiri (BSM).

Manfaat Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah membantu pembiayaan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha. Sementara bagi pemerintah, manfaat Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah tercapainya percepatan pengembangan sektor riil danpemberdayaan UMKMK dalam rangka penanggulangan/pengentasan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja serta pertumbuhan ekonomi.

Sasaran program Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah kelompok masyarakat yang telah dilatih dan ditingkatkan keberdayaan serta kemandiriannya pada kluster program sebelumnya.Harapannya agar kelompok masyarakat tersebut mampu untuk memanfaatkan skema pendanaan yang berasal dari lembaga keuangan formal seperti Bank, Koperasi, BPR dan sebagainya.Dilihat dari sisi kelembagaan, maka sasaran KUR adalah UMKMK (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah dan Koperasi).Sektor usaha yang diperbolehkan untuk memperoleh Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah semua sektor usaha produktif.

Pembiayaan mikro ini diperuntukkan bagi wira usaha dan atau pengusaha dengan lama usaha minimal 2 tahun untuk produk pembiayaan Mikro, dan minimal 6 bulan untuk pembiayaan KUR.

Adapun mekanisme pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) ialah sebagai berikut:

a. Calon nasabah mengajukan KUR ke BRI Syariah KCP Demak

   Pihak BRI Syariah akan mendata beberapa informasi tentang calon nasabah seperti nama lengkap, alamat, usaha, lama usaha, dan pengajuan jumlah kredit. Setelah itu calon nasabahakan di jelaskan mengenai persyaratan yang harus dilengkapi, dan angsuran sesuai plafon kredit yang diajukan, serta jangka waktu dan bunga kredit. Jika sepakat maka calon nasabahakan diminta untuk melengkapi persyaratan awal seperti fotokopi KTP suami istri (jika sudah berkeluarga) dan bisa langsung diserahkan kepada bank BRI Syariah KCP Demak

b. Dilakukan pengecekan Sistem Informasi Debitur(SID) BI checking, apabila nasabah tidak sedang menggunakan fasilitas di bank lain dan track record nya baik maka nasabah akan diminta untuk melengkapi dokumen lainnya untuk dilanjutkan ke tahap selanjutnya

c. Tahap selanjut nya akan di lakukan survey usaha calon nasabah oleh pihak BRI dan mencari informasi-informasi dari pihak ketiga seperti tetangga sekitar calon debitur. Survey BRI juga mnggunakan Konsep 5C. Adapun Konsep 5C yang di maksud yaitu:

1. *Character* (karakter)

   Calon debitur memiliki karakter baik, tidak sedang bermasalah dengan hukum atau kepolisian.

2. *Capacity* (kemampuan mengembalikan uang)

   Usaha yang sedang dijalankan dinilai baik dan berpotensi untuk berkembang.Sehingga mampu menghasilkan pendapatan yang dinilai mampu untuk memenuhi angsuran pokok serta bunga pinjaman.

3. *Collateral* (jaminan)

   Agunan yang dijaminkan dinilai mencukupi untuk meng-cover pinjaman apabila terjadi kredit macet selama kredit berlangsung.

4. *Capital* (modal)

   Keadaan ekonomi calon debitur dalam keadaan baik, dapat dilihat dari laporan laba rugi usaha selama 3 bulan terakhir saat mengajukan kredit.

5. *Condition* (situasi dan kondisi)

   Usaha sudah berjalan minimal selama 6 bulan, memiliki legalitas perizinan atas usaha yang dijalankan,

dan bidang usaha yang dinilai cukup baik untuk terus berdiri.

d. Setelah dilakukan survey maka akan dilakukan pertimbangan apakah calon nasabah layak untuk menerima fasilitas kredit sesuai dengan plafon yang diajukan.
e. Jika calon nasabah di anggap layak maka akan dilakukan pemutusan kredit oleh pimpinan cabang BRI Syariah KCP Demak, pada tahap ini semua dokumen yang di butuhkan serta semua persyaratan harus sudah di lengkapi oleh nasabah, dan selanjutnya akan dilakukan akad Murabahah antara pihak BRI dengan debitur.
f. Tahap terakhir yaitu realisasi kredit yang dilakukan di teller.

Adapun persyaratan yang harus dibawa oleh calon nasabah yang ingin melakukan pengajuan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) antara lain sebagai berikut:

- E-KTP calon Nasabah dan pasangan (suami / istri) yang masih berlaku.
- Kartu Keluarga dan akta nikah.
- Akta cerai/ surat kematian (untuk janda/duda)
- Surat ijin usaha / Surat Keterangan usaha (SKU Asli).
- NPWP wajib ada limit pembiayaan > 50 juta Aplikasi Pengajuan Pembiayaan.

- Formulir aplikasi pengajuan pembiayaan wajib dilengkapi dan ditandatangani oleh nasabah.
- Catatan keuangan yang dibuat oleh nasabah atau nota-nota penjualan.
- SPPT PBB bukti lunas PBB tahun terakhir (Wajib untuk jaminan Tanah& Bangunan) (SPPT & STTS asli)
- FC agunan dan IMB jika ada
- Bukti Riwayat pembiayaan di Bank

B. Strategi Pemasaran yang Dilakukan Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak

Pada Bank BRI dalam menjalani strategi pemasaran dibutuhkan analisis data untuk dapat menilai peluang ataupun ancaman yang mungkin akan datang. BRI menggunakan analisis SWOT untuk dapat melihat ancaman serta peluang bagi BRI. Analisis SWOT tersebut sendiri terdiri dari :*Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).

Strength (Kekuatan) sendiri berupa:

a. Brand

BRI merupakan salah satu bank pemerintah yang sudah dikenal oleh masyarakat umum.Nama BRI yang baik di mata masyarakat merupakan kekuatan yang di miliki untuk dapat menyalurkan kredit KUR kepada masyarakat luas.

b. Account Officer

Account Officer yang memadai untuk menjalankan program KUR, sehingga mampu melayani setiap calon debitur.

c. Pelayanan yang baik

Pelayanan SDM yang baik juga menjadi kekuatan karenan dapat menarik minat masyarakat untuk mengajukan KUR di BRI Bogor Pajajaran.

d. Fasilitas mendukung

Fasilitas yang disediakan BRI cabang Bogor Pajajaran cukup memadai sehingga mampu mendukung terlaksananya promosi KUR dengan baik.

Selain itu BRI Syariah KCP Demak juga melakukan Strategi pemasaran lainnya, antara lain:

1. Jemput Bola

   Strategi ini dimulai dari *Accounting Officer Mikro* (AOM) berkunjung kepasar membawabrosur produk pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan menjelaskan margin dan memberikan kontak yang dapat dihubungi apabila ada yang tertarik dengan produk pembiayaan tersebut

2. Mulut ke Mulut (*Word Of Mouth*)

   Yaitu *Accounting Officer Mikro* (AOM) yang telah memiliki nasabah lama dikenal, kemudian nasabah tersebut menghubungi dan menanyakan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan tujuan bahwa ia akan melakukan

pembiayaan. Selanjutnya sebagai tugas *Accounting Officer Mikro* (AOM) menjelaskan secara rinci mengenai margin Kredit Usaha Rakyat (KUR)

3. *Below the line*(Media Lini Bawah)

   Below the Line (Media Lini Bawah) ialah segala aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan ditingkat retail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya aware dengan program yang dimiliki oleh BRI Syariah KCP Demak

   Misalnya dengan menggandeng perusahaan induknya: BRI, OJK, Bank Indonesia, Kementerian Keuangan, Kementerian Agama, Badan Amil Zakat Nasional, Palang Merah Indonesia,ataupun pihak lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kredit Usaha Rakyat, atau yang biasanya disebut KUR, adalah kredit/pembiayaan kepadadalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif. Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah program yang dicanangkan oleh pemerintah namun sumber dananya berasal sepenuhnya dari bank. Pemerintah memberikan pinjaman terhadap resiko KUR sebesar 70% sementara sisanya sebesar 30% ditanggung oleh bank pelaksana.Penjaminan KUR diberikan dalam rangka meningkatkan akses pada sumber pembiayaan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.Dengan manfaat Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah membantu pembiayaan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha.

Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memilikikendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk

dapat tercapainya tujuan pemasaran suatau perusahaan. Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak sendiri memiliki Strategi Pemasaran, yaitu menggunakan analisis SWOT untuk dapat melihat ancaman serta peluang bagi BRI Syariah KCP Demak sendiri. Analisis SWOT tersebut sendiri terdiri dari :*Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).*Strength* (Kekuatan).

Selain itu BRI Syariah KCP Demak juga melakukan Strategi pemasaran lainnya, antara lain:

1. Jemput Bola

   Strategi ini dimulai dari *Accounting Officer Mikro* (AOM) berkunjung kepasar membawa brosur produk pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan menjelaskan margin dan memberikan kontak yang dapat dihubungi apabila ada yang tertarik dengan produk pembiayaan tersebut

2. Mulut ke Mulut (*Word Of Mouth*)

   Yaitu *Accounting Officer Mikro* (AOM) yang telah memiliki nasabah lama dikenal, kemudian nasabah tersebut menghubungi dan menanyakan pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan tujuan bahwa ia akan melakukan pembiayaan. Selanjutnya sebagai tugas *Accounting Officer Mikro* (AOM) menjelaskan secara rinci mengenai margin Kredit Usaha Rakyat (KUR)

3. *Below the line* (Media Lini Bawah)

   Below the Line (Media Lini Bawah) ialah segala aktifitas marketing atau promosi yang dilakukan ditingkat retail atau konsumen dengan salah satu tujuannya adalah merangkul konsumen supaya aware dengan program yang dimiliki oleh BRI Syariah KCP Demak

   Misalnya dengan menggandeng perusahaan induknya: BRI, OJK, Bank Indonesia, Kementerian Keuangan, Kementerian Agama, Badan Amil Zakat Nasional, Palang Merah Indonesia,ataupun pihak lainnya

B. Saran

1. Sarana prasarana khususnya atap gedung, saluran ac, tempat wudhu di mushola didalam gedung, dan wastafel yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan lagi kelayakannya karena hal tersebut akan berdampak pada tingkat kenyamanan nasabah
2. Strategi pemasaran yang perlu dikembangkan. Contohnya seperti adanya pamflet yang terpampang dijalan, brosur yang tidak hanya di dalam kantor, informasi elektronik, dan media informasi lainnya
3. Pelayanan oleh teller Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak yang tidak melakukan pelayanan dengan menggunakan masker

4. Sosalisasi yang perlu ditambahkan lagi yaitu sosialisasi ke masyarakat dengan metode pengumpulan masyarakat yang dibantu oleh rt setempat, dengan tujuan agar masyarakat tahu bahwa adanya BRI Syariah yang dapat membantu masyarakat yang kekurangan dana

DAFTAR PUSTAKA

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, 2005, h. 23-26

Halim Alamsyah, *Perbankan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia: Tantangan dalam Menyongsong MEA 2015,* 2015, h. 1

Sugianto, Giarti Isparini, dkk, *Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia,* April 2013, Vol. 24 No. 3, h. 145-146

Ismail, *Perbankan Syariah,* Jakarta: KENCANA,2011, h. 32

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya,* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005, h. 25

Anita Irawati, Asti Marlina, dkk, *Strategi Pemasaran KUR pada PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Bogor Pajajaran*, h. 35

Lilis Wahidatul Fajriyah, ”Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tahu BaxO Ibu Pudji Ungaran dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi dipublikasikan* pada http://eprints.walisongo.ac.id/8894/1 diakses pada tanggal 5 Juli 2019 pukul 19:14

Anya Kurniadi Putri, “Analisis Kelayakan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang BSD City”, *Skripsi dipublikasikan* pada http://repository.uinjkt.ac.id/37668 diakses pada tanggal 5 Juli 2019 pukul 19:14

Anita Irawati Asti Marlina, “Strategi Pemasaran pada PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk. Cabang Bogor Pajajaran”, *Skripsi dipublikasikan* pada http://ejournal.uika-bogor.ac.id/975 diakses tanggal 5 Juli 2019 pukul 19:14

Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah: Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2014, h. 190

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah,* Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2007, h. 76

Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah,* Bogor: Ghalia Indonesia, 2002, h. 29

Ismail Solihin, *Manajemen Strategik,* Bandung: Erlangga, 2012, h. 64

Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah,* Bandung: Alfabeta, 2012, h. 117

Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank,* h. 24

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran,* Jakarta: Indeks, h. 123

Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran Lainnya,* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2005

Munzirin Ahmad, *Strategi Pemasaran Pemasaran Syariah,* Dalam Jurnal Ekonomi Ideologis, Vol.3, No, Maret 2009

Suindrawati, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan,* Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015

M Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah,* Bandung: Alfabeta, 2015

Fahrurrozi, *Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam,* Semarang: Universitas Islam Negeri Semarang, 2009

Hasil wawancara dengan Bapak Baskoro Muhammad dan Bapak Abrozun Naim, selaku AO atau bagian pemasaran pada tanggal 12 Juli 2019

LAMPIRAN

Lokasi Magang (Penelitian)

Lokasi Magang 2 di Pengadilan Agama Negeri Demak

Salah satu kegiatan saat Magang

Salah satu nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah KCP Demak

Salah satu *Accounting Officer* (AO)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Maulidatus Sholihatul Azizah
Tempat, tanggal lahir	: Semarang, 14 April 1998
NIM	: 1605015069
Program Studi	: D3 Perbankan Syariah
Alamat	:Jl.Jatisari Rt02 Rw13 Kel.Gisikdrono Kec.Semarang Barat No19

Riwayat Pendidikan:

1. TK PGRI 15 Manyaran, Lulus Tahun 2004
2. MI Nurul Yaqin Anjasmoro, Lulus Tahun 2010
3. SMP Futuhiyyah Mranggen, Lulus Tahun 2013
4. SMA Futuhiyyah Mranggen, Lulus Tahun 2015
5. UIN Walisongo Semarang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 18 Juli 2019

Maulidatus Sholihatul Azizah
1605015069