

**KEBIJAKAN PEMASARAN BPRS SURIYAH KC KUDUS DALAM MENGEMBANGKAN  
USAHA MENURUT KONSEP PEMASARAN SYARIAH**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh

Gelar Ahli Madya Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Ghina Al-hani

1605015084

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

2019

Dr. Nur Fathoni, M.Ag.  
Gondang Rt 02 Rw 4 Cepiring

---

---

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp : 4 Eksemplar  
Hal : Naskah Tugas Akhir  
An. Sdri. GHINA AL-HANI

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir Saudari :

Nama : Ghina Al-hani  
NIM : 1605015084  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul : “ Kebijakan Pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus Dalam  
Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Syariah ”.

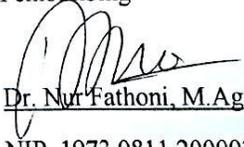
Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 3 Mei 2019

Pembimbing



Dr. Nur Fathoni, M.Ag

NIP. 1973 0811 200003 100 4

## PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

Jl. Prof. Dr Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185

Nama : Ghina Al-hani

Nim : 1605015084

Judul : KEBIJAKAN PEMASARAN BPRS SURIAH KC KUDUS DALAM  
MENGEMBANGKAN USAHA MENURUT KONSEP PEMASARAN  
SYARIAH.

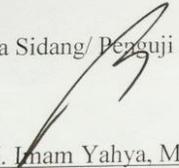
Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan  
dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/Baik/Cukup Baik. Pada tanggal 17  
Mei 2019.

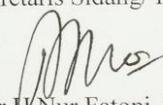
Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun  
Akademik 2019.

Semarang, 18 Juni 2019

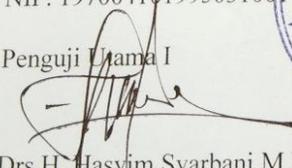
Ketua Sidang/ Penguji

Sekretaris Sidang/ Penguji

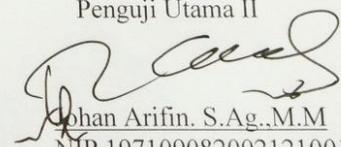
  
Dr. H. Inam Yahya, M.Ag.  
NIP. 197004101995031001

  
Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.  
NIP. 197308112000031004

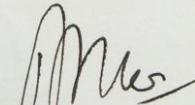
Penguji Utama I

  
Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M.  
NIP. 195709131982031002

Penguji Utama II

  
Johan Arifin, S.Ag., M.M.  
NIP. 197109082002121001

Pembimbing

  
Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.  
NIP. 197308112000031004

## MOTTO

Kesuksesan itu bukanlah suatu hal yang siap didapat dalam semalam. Begitupun ketika anda memikirkan ingin menjadi apa dan seperti siapa. Maka bersiaplah untuk menyiapkan diri dari sekarang dalam menyambut sebuah kesempatan. Karena kesuksesan datang disaat kesempatan dan persiapan berjumpa.

(Bobby Unser)

## PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT dan sholawat yang selalu terlimpahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW. Sebuah karya kecil yang saya susun dengan jerih payah ini, saya persembahkan kepada:

1. Kedua orangtua, Ayahanda Anisul Fuad S.Pdi. M.M dan Ibunda Thoifah yang telah memberikan kasih sayang yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan hingga titik ini dan seterusnya, semoga ayahanda dan ibunda selalu diberkahi oleh Allah SWT dalam setiap langkah yang dipanjatkannya amiin.
2. Teruntuk kakaku Shilfia Amani dan adik-adikku Roihana Ulaya Afkari, Nayip Amanullah Mubarak. Dan Syihab Jayadi Diponegoro, terimakasih bagaimana dan seperti apapun kalian adalah sumber semangat saya.
3. Sahabat saya dan teman seperjuangan terimakasih sudah membantu bertukar pendapat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Guru-guruku yang telah membagi ilmu kepadaku. Semoga semua ilmu yang telah engkau berikan dapat bermanfaat dalam kehidupanku didunia maupun di akhirat.
5. Keluarga besar D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo 2016 mudah mudahan kesuksesan dan keberkahan senantiasa menyertai kita semua.

## DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ghina Al-hani

Nim : 1605015084

Program studi : D3 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul :

“KEBIJAKAN PEMASARAN BPRS SURIYAH KC KUDUS DALAM MENGEMBANGKAN USAHA MENURUT KONSEP PEMASARAN SYARIAH”

Merupakan hasil karya sendiri (bersifat original ). Bukan merupakan tiruan atau duplikasi dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Bila kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk dicabut gelar yang telah saya peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Semarang, 3 Mei 2019

A green 6000 Rupiah postage stamp is affixed to the document. The stamp features the text 'NETRAL TEMPEL' at the top, a small emblem, and the number '6000' in large digits. Below the number, it says 'ENAM RIBU RUPIAH'. A handwritten signature is written over the stamp, and the name 'Ghina Al-hani' is printed below it.

Nim 1605015084

## ABSTRAK

Kebijakan Pemasaran yaitu salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan kehidupannya, berkembang dan untuk mendapatkan laba. Menentukan target pasar dengan organisasinya yang dapat memberikan pelayanan, menentukan produk, jasa dan program pelayanan yang sesuai dengan segmen yang telah dipilih tersebut. Kemudian mengajak seluruh anggota organisasi untuk memperdulikan dan melayani pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi mengenai Kebijakan Pemasaran pada BPRS Suriyah KC Kudus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan cara mengumpulkan data sekunder dan primer, melakukan wawancara langsung dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat diketahui bahwa kebijakan pemasaran produk pembiayaan (lending) pada BPRS Suriyah Kudus menggunakan kebijakan pemasaran marketing mix dimana harga, produk, tempat, dan promosi yang diterapkan oleh BPRS Suriyah Kudus dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Namun dalam pemasarannya BPRS Suriyah belum sepenuhnya sesuai dengan konsep syariah.

Kata Kunci : **Marketing Mix**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur atas nikmat dan karunia yang diberikan Allah SWT. Dan tak lupa sholawat dan salam tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Kebijakan Pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus Dalam Meningkatkan Usaha Menurut Konsep Syariah”.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari arahan, dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Imam Yahya H. Drs. MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang.
3. Bapak Johan Arifin, S.ag., MM. Selaku ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo.
4. Bapak Nur Fathoni, H. Dr., M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran-saran dalam penulisan laporan magang tematik ini.
5. Seluruh dosen pengampu mata kuliah D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
6. Seluruh pengurus dan karyawan BPRS Suriyah KC Kudus yang telah membantu penulis dalam memberikan data informasi yang diperlukan dalam menyusun laporan ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna memperbaiki Tugas Akhir ini. Dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amin  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang , 3 Mei 2019

Penulis,

Ghina A-hani

NIM: `1605015084

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI .....	vi
HALAMAN ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Tinjauan Pustaka .....	8
F. Metodologi Penelitian .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. DEFINISI PEMASARAN</b>	
1. Pengertian Pemasaran.....	13

2. Tujuan Pemasaran.....	15
3. Pengertian Pemasaran Syariah.....	16
<b>B. Produk Pembiayaan Bank Syariah</b>	
1. Definisi Pembiayaan Bank Syariah .....	17
2. Fungsi Pembiayaan.....	18
3. Model Akad Bank Syariah.....	18
<b>C. Kebijakan Bauran Pemasara</b>	
1. Definisi Kebijakan .....	25
2. Definisi Bauran Pemasaran.....	26
3. Kebijakan Bauran Pemasaran .....	27
<b>D. Konsep Pemasaran</b>	
1. Konsep Pemasaran Syariah.....	31
<b>BAB III GAMBARAN UMUM BPRS SURIYAH</b>	
1. Sejarah perusahaan .....	33
2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas .....	35
3. Ruang Lingkup Usaha .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Sistem Pembiayaan BPRS Suriyah KC Kudus .....	46
B. Kebijakan Pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus Dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Islam .....	79
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan	
B. Saran	
C. Penutup	
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel struktur organisasi BPRS Suriyah Kc Kudus .....	35
Tabel 1.2 Tabel Total Pembiayaan Murabahah Pada BPRS Suriyah. .....	46
Tabel 1.3 Tabel Total Pembiayaan Istishna Pada BPRS Suriyah. .....	47
Tabel 1.4 Tabel Total Pembiayaan Mudharabah Pada BPRS Suriyah. .....	48
Tabel 1.5 Tabel Total Pembiayaan Ijarah Pada BPRS Suriyah. .....	48
Tabel 1.6 Tabel Tentang Sumber Dan Penggunaan Sumber Dana Qardhul Hasan .....	49
Tabel 1.7 Tabel Total Pembiayaan Multijasa Pada BPRS Suriyah. .....	49
Table 1.8 Tabel Tentang Perkembangan Asset Dari 2017-2018 .....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Tentang Skema Pembiayaan Muradharabah. ....	19
Gambar 1.2 Gambar Tentang Skema Pembiayaan Musyarakah. ....	20
Gambar 1.3 Gambar Tentang Skema Pembiayaan Murabahah. ....	21
Gambar 1.4 Gambar Tentang Skema Pembiayaan Salam. ....	22
Gambar 1.5 Gambar Tentang Skema Pembiayaan Istishna ....	23
Gambar 1.6 Gambar Tentang Skema Pembiayaan Qardh. ....	25

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Slip Penarikan Setoran
- Lampiran 2 Formulis Penyerotan
- Lampiran 3 Kartu Pengenal Tanda Tangan
- Lampiran 4 Contoh Lembar Putusan Pembiayaan
- Lampiran 5 Ketentuan Pembukaan Deposito Murabahah Bank Syariah Suriyah
- Lampiran 6 Formulir Permohonan Pembukaan Tabungan.
- Lampiran 7 Brosur Tabungan Tamansari (Tabungan Masa Depan Syariah Suriyah)
- Lampiran 8 Brosur Tabungan Tasya Desya Suriyah
- Lampiran 9 Lembar Penutupan Rekening.
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Slip Penarikan Setoran
- Lampiran 2 Formulis Penyerotan
- Lampiran 3 Kartu Pengenal Tanda Tangan
- Lampiran 4 Contoh Lembar Putusan Pembiayaan
- Lampiran 5 Ketentuan Pembukaan Deposito Murabahah Bank Syariah Suriyah
- Lampiran 6 Formulir Permohonan Pembukaan Tabungan.
- Lampiran 7 Brosur Tabungan Tamansari (Tabungan Masa Depan Syariah Suriyah)
- Lampiran 8 Brosur Tabungan Tasya Desya Suriyah
- Lampiran 9 Lembar Penutupan Rekening.
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pada zaman modern sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar, hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan masa mendatang setiap negara dan individu kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan. Masyarakat menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat lakukan baik dinegara maju maupun dinegara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.

Semakin banyak berdirinya bank-bank, baik bank konvensional maupun bank syariah semakin sulit persaingan pemasaran yang terjadi. Proses mejual dan pemasaran didunia perbankan relatif berbeda dengan produk dan jasa industri lain. Apalagi produk dan jasa perbankan syariah masih baru dan masih banyak masyarakat yang belum mengenalnya, sehingga harus memiliki karakter tersendiri dalam strategi pemasaran dan penjualannya.

Perbankan dalam kehidupan suatu negara adalah salah satu agen pembangun (*agen of development*). Hal ini dikarenakan fungsi utama dari perbankan sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat alam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada msyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Fungsi ini lazim disebut sebagai intermediasi keuangan (*financial intermediary function*).<sup>1</sup>

Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau pembiayaan atau dalam bentuk lainnya guna memenuhi taraf hidup rakyat banyak. Dalam menjalankan suatu usaha atau setiap kegiatan tertentu harapan yang paling diinginkan adalah untuk mendapatkan keuntungan bahkan dengan melakukan berbagai cara untuk mendapatkannya. Bank sebagai perusahaan bisnis keuangan juga memilki cara tersendiri.

---

<sup>1</sup> Trisandini P. Usanti Dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*. (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2013 )Hal 1.

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah<sup>2</sup>. Di Indonesia Bank Syariah telah muncul sejak awal tahun 1990-an dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Secara perlahan bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat lewat jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah. Perkembangan yang sangat pesat terutama tercatat sejak dikeluarkannya ketentuan Bank Indonesia yang memberikan izin untuk pembukaan bank syariah yang baru maupun izin kepada bank konvensional untuk mendirikan suatu Unit Usaha Syariah (UUS).

Bank Syariah merupakan lembaga yang memiliki fungsi *intermediary*, yaitu menghimpun dana masyarakat dari menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan kepada kelompok masyarakat yang memerlukan. Seperti bank konvensional, salah satu aktivitas bank syariah yang dominan adalah menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk melakukan transaksi keuangannya secara syariah, perkembangan perbankan syariah telah mendorong munculnya lembaga-lembaga keuangan syariah lainnya. Seperti asuransi syariah, pegadaian syariah dan lainnya. Serta lembaga pendidikan yang membuka program studi ekonomi dan keuangan syariah yang pada gilirannya ikut mendukung pengembangan industri perbankan dan keuangan syariah itu sendiri.<sup>3</sup>

Sistem yang perkembangannya sangat pesat disektor keuangan dunia adalah sektor keuangan syariah. Sistem keuangan syariah tidak memiliki batasan bagi negara- negara islam saja maupun negara yang mayoritas penduduknya muslim, sistem keuangan syariah belum lama ini telah menarik minat pasar keuangan konvensional, semua itu terlihat kurang lebih di 45 negara negara kurang lebih 250 lembaga keuangan yang telah mempraktikkan bentuk sistem keuangan syariah. Awal tahun 1970 telah muncul bank syariah dengan konsep kemitraan dengan mempertimbangkan laba rugi dan dan bukan menggunakan pembayaran maupun penerimaan riba (bunga).karena islam melarang semua transaksi yang mengandung unsur riba didalamnya seperti yang dijelaskan pada quran surat ali imran ayat 130.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ . وَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ

---

<sup>2</sup> Bank Syariah Gambaran Umum Seri Kebank Sentralan Hal 14

<sup>3</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Cetakan 1,(Gramedia, Jakarta, 2014) Hal 4.

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir.*” (Qs. Ali Imron [3]: 130).

Tingkat persaingan pada industri jasa keuangan (*financial services*) di Indonesia saat ini semakin besar, hal ini ditandai dengan banyaknya penyedia jasa keuangan sebagaimana telah diatur dalam UU RI nomor 21 tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK) , yang meliputi jasa keuangan di sektor perbankan, pasar keuangan, asuransi, dana pensiun, lembaga pembiayaan, dan lembaga jasa keuangan lainnya. Kondisi ini memaksa para pelaku industri jasa keuangan melakukan aktivitas pemasaran dalam menarik konsumen.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan kehidupannya, berkembang dan untuk mendapatkan laba. Menurut skotler dan amstrong (2003:7). Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan individu-individu atau kelompok-kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertemukan produk atau jasa.

Untuk mencapai tujuan pemasarannya perusahaan harus dapat merasakan dan memahami kebutuhan konsumen lebih dari pesaingnya sehingga dapat menciptakan produk dan jasa keuangan yang memiliki nilai tinggi dihadapan konsumennya, oleh karena itu diperlukannya strategi pemasaran yang diformulasikan melalui bauran pemasaran jasa ( *service marketing mix*) yang direspon langsung oleh konsumen. Pasalnya, apabila kebutuhan konsumen terpenuhi dengan kinerja pembauran pemasaran yang ditawarkan, maka akan mencapai keunggulan bersaing yang dapat bertahan lama dan akhirnya akan mencapai tujuan perusahaan.

*Marketing and selling* merupakan fungsi penting yang menjadi kunci keberhasilan operasional perbankan. Bank harus mampu melihat kebutuhan dan selera pasar yang dinamis dengan kondisi yang sangat kompetitif. Persaingan yang kompetitif, bisnis yang berlandaskan kepercayaan dan produknya yang berbasis syariah serta belum dikenal

khalayak merupakan tantangan tersendiri bagi kalangan praktisi pemasaran dan dunia penjualan perbankan.

Kemampuan menjual dalam situasi yang kompleks saat ini memerlukan keandalan pemasaran dan tenaga penjual yang tidak terjebak pada prototipe pasar rasional dan spiritual. Marketing bank syariah harus dibekali kemampuan mendengarkan, memahami kebutuhan nasabah, dan teknik menjual yang baik. Kemampuan tentang pemahaman produk bank syariah, proses, harus jeli dalam menawarkan produk dan jasa sebagai solusi bagi permasalahan yang sedang mereka hadapi. Sebelum melakukan penjualan sukses bank syariah harus memahami konsep dasar pemasaran.<sup>4</sup>

Konsep pemasaran adalah suatu konsep dan cara dasar yang diterapkan dalam melakukan strategi manajemen pemasaran produk atau jasa pada sebuah organisasi ataupun perusahaan<sup>5</sup>.

Secara umum konsep pemasaran syariah adalah sebuah kedisiplinan bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari inisiator kepada stake holdersnya yang dalam proses keseluruhannya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam. Ada 4 karakteristik yang terdapat pada konsep syariah: rabbaniyah, akhlaqiyyah, al waqiiyyah, insaniyyah.

Untuk meningkatkan daya saing lembaga keuangan syariah kini telah melakukan berbagai inovasi dalam produknya, selain itu lembaga keuangan syariah juga meningkatkan daya saing lewat pemasarannya yang sesuai dengan prinsip pemasaran syariah.

Sesuai dengan fungsinya lembaga keuangan dalam menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat dan lebih memperhatikan pembiayaan kegiatan sektor perekonomian nasional dengan berprioritas kepada koperasi, pengusaha kecil dan menengah serta berbagai lapisan masyarakat tanpa diskriminasi sehingga akan memperkuat struktur perekonomian nasional. Sekarang ini dapat kita lihat semakin menjamurnya perusahaan perbankan yang siap memberikan berbagai kemudahan terhadap apa yang dibutuhkan konsumen.

---

<sup>4</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia 2014) Hal 310-313

<sup>5</sup> M.Nur Riyanto Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta 2012), Hal 61

Banyak sekali kebijakan yang dilakukan perusahaan dalam usahanya. Untuk perkembangan di masa yang akan datang semua kebijakan itu diambil dan dilaksanakan untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Dari uraian diatas penulis bermaksud untuk meneliti tentang kebijakan pemasaran bank syariah dalam pengembangan usaha. Karena pemasaran adalah bagian yang sangat penting dalam keberhasilan sebuah bank. Kebijakan pemasaran dilakukan bank harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa kebijakan pemasaran berperan penting dalam kegiatan bank untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan. Salah satu perusahaan lembaga keuangan syariah adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang dalam kegiatan usahanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran atau lebih terbatas dibandingkan dengan bank umum yang sesuai dengan prinsip syariah. BPRS tidak diizinkan untuk membuka kantor cabang di luar negeri. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah hanya dapat didirikan dan dimiliki oleh orang : warga negara indonesia dan atau atas badan hukum yang seluruh pemiliknya warga negara indonesia, pemerintah daerah.<sup>6</sup>

Tingkat kesehatan bank syariah dinilai dari rasio besarnya seluruh volume dana pembiayaan yang disalurkan oleh bank dengan rasio jumlah penerimaan dana dari berbagai sumber. Pada bank syariah OJK menetapkan FDR 85%. Rasio yang tinggi menunjukkan bahwa suatu bank meminjamkan seluruh dananya (loan-up) atau relatif tidak liquid. sebaliknya rasio yang rendah menunjukkan bank yang liquid dengan kelebihan kapasitas dana yang siap untuk dipinjamkan.

Pada Bank Pembiayaan Syariah Suriyah memiliki tingkat FDR 84,10% yang artinya bank belum maksimal dalam memberikan pembiayaan, atau lebih banyak dana tersimpan dari dana yang dikeluarkan untuk pembiayaan.

BPRS Suriyah KC Kudus adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan yang berbasis syariah yang berlokasi di jl, Ahmad yani, ruko KAI blok A No I, Kudus. Dalam upaya meningkatkan usahanya untuk mencapai target dan tujuan perusahaan, bprs suriyah kudus menrapkan kebijakan pemasaran jasa. Kebijakan pemasaran jasa sangat

---

<sup>6</sup> Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam Dan Lembaga-Lembaga Keuangan Terkait (BMUI & Takaful) Di Indonesia*. Jakarta: PT. Rajagrafindo persada, 1996, Cet 1 h 62

penting bagi perusahaan karena merupakan aktivitas utama yang sangat menentukan bagi suatu perusahaan dalam menetapkan serangkaian tindakan agar perbankan pada masa yang akan datang.

Dalam pembahasan ini penulis ingin memfokuskan pada kebijakan pemasaran dalam pembiayaan. Pembiayaan merupakan aktivitas utama bank yang menghasilkan pendapatan bagi bank itu sendiri. Pembiayaan atau kredit menurut bank konvensional merupakan sebuah kesepakatan bank dengan nasabah yang memerlukan dana untuk membiayai kegiatan atau aktivitas tertentu. Kesepakatan penyaluran pembiayaan bank kepada nasabah tersebut dapat dibedakan berdasarkan akad yang digunakan. Akad pembiayaan bisa berupa akad jual beli, akad penanaman modal atau investasi, akad sewa menyewa dan akad lain- lain sesuai dengan bank masing masing.

Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah KC Kudus ini emberikan pelayanan pembiayaan sesuai kebutuhan nasabah yang berupa pemberian pembiayaan modal kerja, kebutuhan konsumtif. Serta pembiayaan pendidikan, pembiayaan rumah sakit dan pembiayaan lainnya. Pembiayaan- pembiayaan tersebut dalam bentuk akad iB Murabahah, iB Istishna, iB mudharabah dan Musyarakah, iB Ijarah serta iB Qardh. berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebh mendlam mengenai **“Kebijakan Pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus Dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Syariah”**

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam penulisan ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada kajian dasar mengenai Kebijakan Pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus Dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Syariah. Adapun rumusan masalah yang diangkat oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem pebiayaan di BPRS Suriyah KC Kudus ?
2. Bagaimana kebijakan pemasaran di BPRS Suriyah KC Kudus?

## **C. Tujuan penulisan**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan yang hendak di capai adalah:

1. Untuk mengetahui secara lebih mendalam tentang kebijakan bank dalam pemasaran untuk kemajuan usahanya.

#### **D. Manfaat Penulisan**

dalam penelitian ini peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan manfaat meski hanya sebuah tambahan wacana, yakni :

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sarana pembelajaran dan menambah ilmu pengetahuan tentang kebijakan pemasaran pada bprs suriah kc kodus dalam mengembangkan usahanya.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini setidaknya dapat dijadikan tambahan pemikiran bagi peneliti yang kelak akan melakukan penelitian dengan konteks yang sejenis.

c) Bagi Akademik

Hasil penelitian ini setidaknya dapat dijadikan bahan tambahan keustakaan di UIN Walisongo sebagai refrensi peneliti selanjutnya, atau sebagai media untuk pembelajaran.

d) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan mengenai Kebijakan Pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus Dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Syariah.

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

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penetian tersebut.

1. Penelitian oleh Ivan Saputra (1200512048). Prodi D3 Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Andalas pada tahun 2016. Dapat dikatakan bahwa penelitian tentang Kebijakan Pemasaran Jasa PT BPR Gunung Talang yaitu ada tujuh variable kebijakan pemasaran yaitu : produk, promosi, harga,tempat, orang, proses, dan sarana fisik.

**“Kebijakan Pemasaran Jasa Pt BPR Gunung Talang”**

2. Penelitian oleh Muhammad Sukri Alvin (12232040428) prodi D3 Manajemen Perbankan Syariah , Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto tahun 2016. Meneliti tentang Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Produk Penghimpunan Dana Tabungan Pelajar Dan Santri Di Bprs Suriyah Kc Slawi, Tegal. Menurutnnya

menetapkan strategi pemasaran syariah yang didalamnya terdapat segmentasi pasar, targeting pemasaran, dengan taktik promosi yang digunakannya adalah door to door, telpon selling, dan jemput bola.

**“Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Produk Penghimpunan Dana Tabungan Pelajar Dan Santri Di Bprs Suriyah Kc Slawi Tegal.**

3. Penelitian oleh Regi Satria Dinata (1100512053) prodi D3 Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang. Meneliti tentang Bentuk Kebijakan Pemasaran Produk Pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang Pada Tahun 2015. bentuk kebijakan berupa deposito on call dan campur tangan pemerintah daerah setempat untuk membantu memperlancar siklus kas daerah dalam rangka meningkatkan perekonomian daerah.

**“Bentuk Kebijakan Pemasaran Produk Pada Bank Nagari Cabang Pasar Raya Padang”**

## **F. Metodologi Penelitian**

### 1) Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di BPRS Suriyah KC Kudus.

Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan). Yaitu penelitian yang dilakukan dilingkungan masyarakat maupun didalam kantor, baik lembaga pemerintahan maupun lembaga sosial masyara.

### 2) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di jl Ahmad Yani, Ruko KAI No I , Kudus.

### 3) Sumber Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data ang diperoleh langsung dari subjek penelitian dalam hal ini peneliti memperoleh informasi langsung dengan menggunakan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Peneliti mengamati langsung kinerja karyawan dalam melakukan pemasaran.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia atau diperoleh dari pihak lain (tidak langsung) sehingga hanya mencari dan mengumpulkan data saja. Data sekunder dapat diperoleh dari studi kepustakaan berupa data dan dokumentasi.

4) Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang peneliti gunakan :

1. Metode Observasi

Metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai kebijakan pemasaran jasa pada BPRS Suriyah KC Kudus.

2. Studi literatur

adalah setiap bahan tertulis baik berupa karangan, memo, pengumuman, instruksi, majalah, buletin, pernyataan, aturan suatu lembaga masyarakat, dan berita yang disiarkan kepada media massa. Dari uraian di atas maka metode dokumentasi adalah pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan penting yang sangat erat hubungannya dengan obyek penelitian.

3. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya dengan si penjawab dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).

4. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari suatu lembaga. Tujuannya yaitu untuk menghimpun data yang bersifat dokumenter yakni jenis data yang mempunyai sifat utama tak terbatasi pada waktu dan ruang sehingga bisa digunakan untuk menggali informasi yang terjadi dimasa lalu.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam pembahasan tugas akhir diatas, maka penulis akan menguraikan susunan penulisan secara sistematis sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, dan sistematika penulisan yang disusun secara sistematis.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka yang berisi tentang gambaran umum pemasaran , kebijakan pemasaran, konsep pemasaran syariah dan pembiayaan pada BPRS Suriyah.

## **BAB III GAMBARAN UMUM / LAPORAN OBJEK**

Bab ini penulis akan membahas tentang sejarah berdirinya BPRS Suriyah KC Kudus. Tujuan dan sasaran, badan hukum BPRS Suriyah , visi dan misi, manajemen dan personalia.

## **BAB IV PENELITIAN DAN ANALISIS PEMBAHASAN**

Bab ini membahas mengenai kebijakan pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus dalam meningkatkan usahanya menurut konsep pemasaran syariah.

## **BAB V PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir dalam tugas akhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Definisi Pemasaran (*marketing*)

##### 1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, meningkatkan keuntungan mensejahterakan karyawan serta untuk mengembangkan perusahaan.

Pemasaran berkaitan dengan proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia maupun masyarakat. Pemasaran juga dapat diartikan sebagai kegiatan memenuhi kebutuhan secara menguntungkan. Menurut *American Marketing Assosiation*, pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada konsumen, serta mengelola hubungan dengan konsumen melalui cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham.

Menurut William J Stanton, pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>1</sup>

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan kehidupannya, berkembang dan untuk mendapatkan laba. Menurut Skotler dan Amstrong (2003:7) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan individu-individu atau kelompok-kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertemukan produk atau jasa.<sup>2</sup> Dengan pemasaran, perusahaan berusaha menghasilkan laba dari jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Disinilah peran pemasar dibutuhkan, dimana tugas dari pemasar adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan.<sup>3</sup>

Sedangkan secara spesifik pengertian pemasaran bagi lembaga jasa adalah :

---

<sup>1</sup> Usai Usmara, *pemikiran kreatif pemasaran*, Yogyakarta: Asmara Books, 2008, cet 1. Hal 7.

<sup>2</sup> Gita Danupranata, *buku ajar manajemen perbankan syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, Hal 39

<sup>3</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*,(Gramedia 2014), Hal 163

- a) Mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang dan dimasa yang akan datang.
- b) Menilai kebutuhan konsumen atau anggota saat ini dan dimasa yang akan datang.
- c) Menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut.
- d) Sebagai promosi untuk mencapai sasaran.<sup>4</sup> Tujuan promosi adalah sebagai berikut :
  - Meningkatkan frekuensi dan kuantitas
  - Mengitung penawaran penawaran pesaing.
  - Membangun customer database dan tujuan tertentu. meningkatkan ingatan pelanggan.
  - Memperkuat citra perusahaan.

Fokus keberhasilan penjualan bukan sekedar pendekatan produk untuk hari ini saja, namun mulai menerapkan *consultative selling* seperti yang pernah di ungkapkan Hermawan Kertajaya dengan proses:

1. Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan.
2. Komunikasi antara penjual dan pembeli.
3. Penjual melihat produk dan jasa yang dijualnya dari sudut pelanggan.
4. Apresiasi *vallue* yang diinginkan oleh pelanggan.
5. Membantu situasi bisnis yang dihadapi pelanggan melalui kapabilitas bank syariah dalam memenuhi kebutuhan dan pemecahan masalah.
6. Perencanaan, implementasi dalam membina hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara bank syariah dengan pelanggan.<sup>5</sup>

Memasarkan produk-produk bank merupakan bagian dari kegiatan bank yang bisa dikatakan sangat penting. Hal ini akan menjadi hal yang sangat penting dalam meningkatkan *income* untuk bank itu sendiri. Semakin banyak produk diminati oleh masyarakat semakin banyak pula *income* perusahaan yang diperoleh.<sup>6</sup>

## 2. Tujuan Pemasaran

Tujuan ditetapkan sesuai dengan keinginan dan manajemen perusahaan yang ingin dicapai itu sendiri. Sebuah badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapainya

<sup>4</sup> Muhammad, Manajemen Bank Syariah (Yogyakarta : Uup) Amp Tkpn 2005 Hal 226

<sup>5</sup> Ikatan Bankir Indonesia, Memahami Bisnis Bank Syariah, Jakarta : Gramedia, 2014. Hal 312

<sup>6</sup> Ikatan Bankir Indonesia , Strategi Sukses Bisnis Bank, (Gramedia 2014).Hal 168

dilakukan dengan pertimbangan yang matang, kemudian ditetapkan dengan cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam praktiknya biasanya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam tujuan jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga sebagai langkah menuju tercapainya tujuan jangka panjang. Demikian juga dalam melakukan kegiatan pemasaran, suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan dalam mencapai tujuan yang diharapkan, secara umum tujuan pemasaran antara lain sebagai berikut:

- a) Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk melakukan transaksi yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b) Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.
- c) Memaksimumkan kepuasan pelanggan dengan berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- d) Memaksimumkan pilihan (dengan beragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis jasa produk bank sehingga nasabah dapat menentukan beragam pilihan yang dibutuhkannya.<sup>7</sup>

### 3. Pengertian Pemasaran Syariah

pemasaran syariah merupakan tingkatan yang paling tinggi dalam pemasaran, yaitu spiritual marketing, dimana etika, nilai-nilai norma dijunjung tinggi. Hal-hal ini sering kali dilanggar dalam pemasaran konvensional, sehingga menyebabkan konsumen yang pada akhirnya banyak yang kecewa pada produk atau jasa yang dibeli karena berbeda dengan apa yang telah dijanjikan oleh para pemasar.

Pemasaran islami merupakan suatu proses bisnis yang seluruh proses penerapannya menggunakan nilai-nilai islam. Suatu cara dalam memasarkan suatu bisnis yang mengedepankan nilai-nilai yang menggunakan nilai keadilan dan kejujuran. Dalam prinsip pemasaran islami, seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip islam hal tersebut telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW tentang kegiatan perdagangan

---

<sup>7</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, Jakarta :Kencana, 2004 Cet 4 Hal 57.

yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran dan sikap amanah, serta dapat tetap memperoleh keuntungan. sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan dari suatu *shareholder*. Yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam. Tidak diperbolehkan adanya hal-hal yang bertentangan dengan akad dan muamalah dalam islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan tidak terjadi dalam proses transaksi berarti proses muamalah diperbolehkan.<sup>8</sup>

Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan dzalim dalam berbisnis, seperti pada Firman Allah SWT QS Shaad Ayat 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Yang artinya: Sesungguhnya dia telah berbuat dzalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat dzalim kepada sebagian lainnya. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang shaleh; dan amat sedikitlah mereka ini” . dan Daud mengetahui bahwa kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada tuhaninya lalu bersungkur sujud dan bertaubatlah.<sup>9</sup>

Selain diperlukannya sifat yang sesuai dengan tuntutan islam, persiapan konsep pemasaran yang baik juga perlu diperhatikan. Konsep ini disebut dengan strategi pemasaran islam (*islamic marketing strategy*). Bertujuan untuk pemetaan pasar berdasarkan ukuran pasar, pertumbuhan pasar, keunggulan kompetitif, dan situasi persaingan. Pada tahap awal dilakukan dengan membidik pasar rasional yang potensial dan dilanjutkan dengan melakukan *positioning* dibenak para konsumen.

Adapun yang membedakan antara pemasaran bank dengan pemasaran produk lainnya. Perbedaan tersebut terletak pada karakteristik produknya, dimana produk yang dijual oleh bank adalah lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat terlihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan manfaatnya oleh

---

<sup>8</sup> Hermawan Kertajaya Dan Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing , (Bandung : Pt.Mizan Pustaka. 2006), Hal 27

<sup>9</sup> Al-Quran Dan Terjemah , Departemen Agama RI, (Jakarta : Pustaka Amani Jakarta, 2005)Hal 650

nasabah. Karena perbedaan tersebut strategi pemasaran yang diterapkanpun harus tepat yaitu strategi pemasaran bagi produk jasa.<sup>10</sup>

## B. Produk Pembiayaan Bank Syariah

### 1. Definisi Pembiayaan Bank Syariah

Pembiayaan adalah penyediaan dana guna membiayai kebutuhan nasabah yang memerlukan dan layak memperolehnya.<sup>11</sup>

Menurut Kasmir (2008:96) Pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu, berdasarkan ban dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang membiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>12</sup>

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan dapat diartikan sebagai penyediaan dari lembaga kepada pihak lain yang membutuhkan dana yang mempunyai waktu tertentu dalam pengembaliannya disertai pembayaran sejumlah imbalan atau bagi hasil.

### 2. Fungsi Pembiayaan

Secara perinci pembiayaan memiliki fungsi antara lain:<sup>13</sup>

- a) Pembiayaan dapat meningkatkan *utility* (daya guna) dari modal / uang.
- b) Pembiayaan meningkatkan *utility* (daya guna) suatu barang.
- c) Pembiayaan meningkatkan peredaran dan lalu lintas barang.
- d) Pembiayaan menimbulkan gairah usaha masyarakat.
- e) Pembiayaan merupakan alat stabilitas ekonomi.

### 3. Model Akad Bank Syariah

#### a) Akad Pembiayaan Mudharabah

Akad mudharabah adalah akad kerja sama antara *shahibul maal* ( pemilik modal ) dengan dengan *mudharrib* (yang mempunyai keahlian dan keterampilan) untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungn dari penggunaan dana tersebut di bagi bersama sesuai nisbah yang disepakati.akan tetapi jika mengalami kerugian maka kerugian akan ditanggung *shahibul maal*.

---

<sup>10</sup>M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2012 Hal 5

<sup>11</sup>Zainul Arifin, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Pustaka Alvabet, 2006. Hal 200

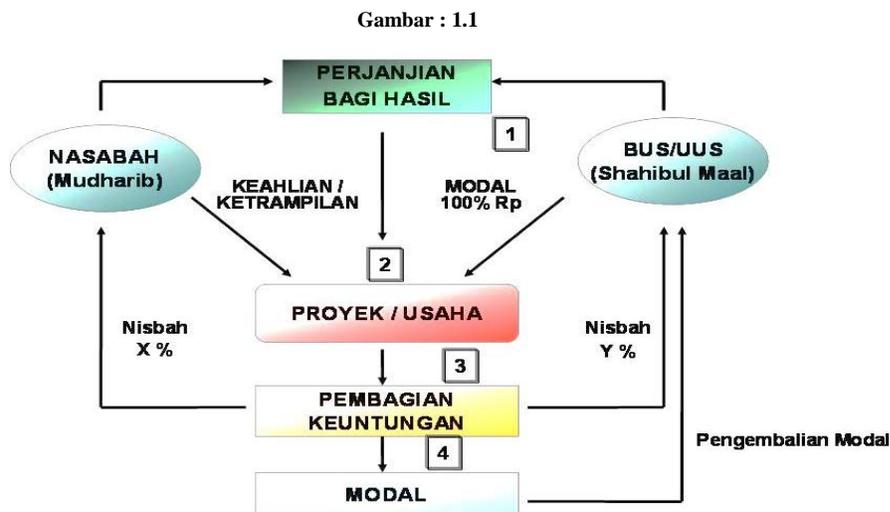
<sup>12</sup>Kasmir,..... hal 96

<sup>13</sup>Drs. Ismail, MBA,AK, *Perbankan syariah....* hal 109-110

Menurut Fatwa DSN No: 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan mudharabah menyatakan:

- i. Pembiayaan Mudharabah adalah pembiayaan yang disalurkan oleh LKS kepada pihak lain untuk suatu usaha yang produktif.
- ii. Dalam pembiayaan ini LKS sebagai *Shahibul maal* membiayai 100% kebutuhan suatu proyek usaha, sedangkan pengusaha bertindak sebagai *mudharrib* atau pengelola usaha.
- iii. Jangka waktu usaha, tata cara pengembalian dana, dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.
- iv. Pada prinsipnya, dalam pembiayaan mudharabah tidak ada jaminan, namun agar *mudharrib* tidak melakukan penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan dari *mudharrib* atau pihak ketiga.

Skema pembiayaan mudharabah.



Keterangan:

- Bank bertindak sebagai shahibul maal (penyedia dana) dan nasabah sebagai mudharrib.
- Bagi hasil dari keuntungan dihitung berdasarkan nisbah yang disepakati.<sup>14</sup>

b) Akad Pembiayaan Musyarakah

Musyarakah merupakan skim pembiayaan dimana bank dan nasabah sama sama memiliki kontribusi dana dalam usaha. Pengembalian hasil usaha tergantung

<sup>14</sup> Nurul Huda, *lembaga keuangan islam*, Jakarta: Kencana, 2010. Hal 78

kepada nisbah bagi hasil yang disepakati oleh nasabah dan bank. Semakin tinggi kinerja nasabah, semakin tinggi pula bagi hasil untuk masing masing pihak. Adapaun landasan islam dari akad musyarakah adalah QS. An-Nisa ayat 12

ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا رَجُلًا فِيهِ شُرَكَاءُ مُتَشَاكِسُونَ وَرَجُلًا سَلَمًا لِرَجُلٍ هَلْ يَسْتَوِيَانِ مَثَلًا ۗ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ ۗ بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya : Allah membuat perumpamaan (yaitu) seorang laki-laki (budak) yang dimiliki oleh beberapa orang yang berserikat yang dalam perselisihan dan seorang budak yang menjadi milik penuh dari seorang laki-laki (saja); Adakah kedua budak itu sama halnya? Segala puji bagi Allah tetapi kebanyakan mereka tidak mengetahui.

Adapun skema kad musyarakah seperti berikut:

Gambar 1.2



Keterangan:

- Bank dan nasabah bersama-sama menyediakan dana untuk membiayai suatu kegiatan usaha proyek tertentu.
- Bagi hasil keuntungan proyek didasarkan pada pendapatan dengan jumlah nisbah yang telah disepakati pada awal akad.<sup>15</sup>

c) Pembiayaan Murabahah

<sup>15</sup> Iktan bankir indonesia, memahami .... hal 60

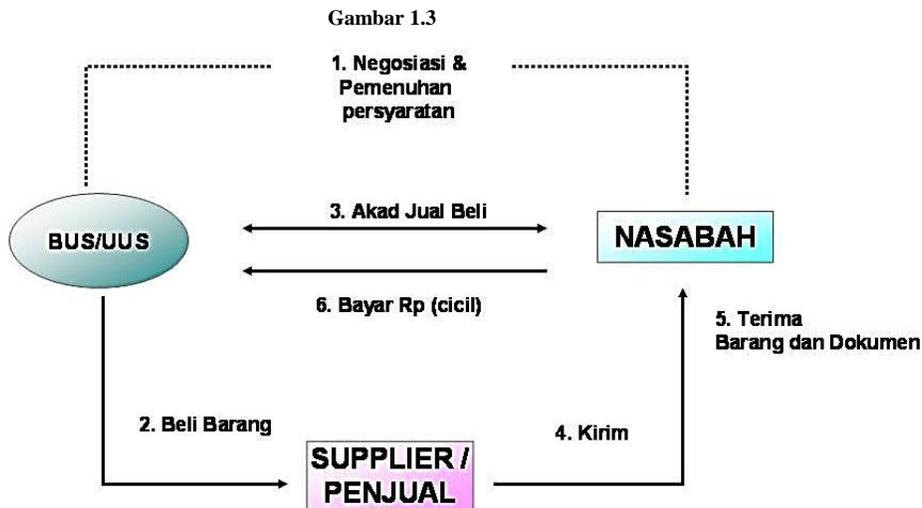
Murabahah berasal dari kata Al Ribh (saling menguntungkan). Fatwa DSN No. 04 tahun 2000 mendefinisikan Murabahah adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembelinya dengan harga yang lebih sebagai labanya bank.

Landasan al quran surat al baqarah 275

لَّذِينَ 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 مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : 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.<sup>16</sup>

Berikut adalah skema pembiayaan murabahah



<sup>16</sup> Panduak komprehesif D3 Perbankan syariah hal 27.

d) Pembiayaan Salam

Jual beli salam adalah jual beli pesanan dimana harga atau biaya didahulukan, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian aatu dapat dinyatakan pula sebagai pembiayaan dimana pembeli harus untuk membayar sejumlah uang tertentu untuk kemudian dilakukan pembelian barang.

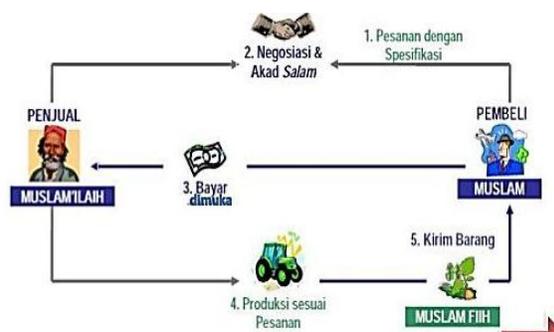
Landasah al quran tentang akad jual beli salan yaitu surat al baqarah ayat 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya :hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai sampai aktu tertentu, buatlah secara tertulis.

Pembatalan kontrak boleh dilakukan selama tidak merugikan kedua belah pihak, dan jika terjadi terjadi diantara kedua belah pihak, maka persoalannya diselesaikan melalui pengadilan agama sesuai dengan UU No 3/2003 setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah, oara pihak juga dapat memilih BASYARNAS dalam menyelesaikan masalahatau sengketa. Tetapi ika lembaga ini yang dipilih telah disepakati sejak awal maka tertutuplah peranan pengadilan.<sup>17</sup>

Skema pembiayaan salam sebagai berikut:



e) Ishtisna

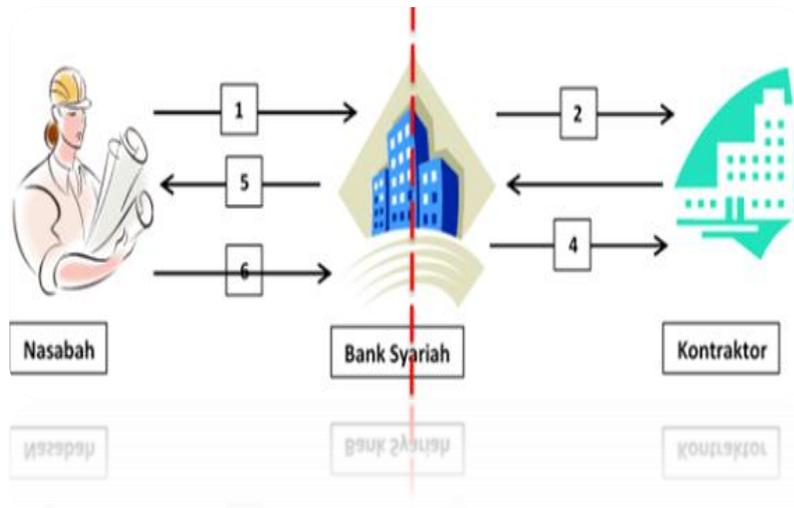
Skim bai al ishtisna adalah skim pembiayaan atas dasar pesanan, untuk kasus dimana objek atau barang yang diperjualbelikan belum ada. Adapun menurut rumusan Fata

<sup>17</sup> Nurul huda, lembaga keuangan islam, kencana, Jakarta: 2010, hal 50-51

DSN MUI istishna adalah akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.

adapun skema pembiayaan istishna adalah sebagai berikut:

Gambar 1.5



- 1) Nasabah memesan kebutuhan peralatan pada bank syariah, dengan pembayaran cicilan i.e 3kali pembayaran, maka terjadila akad istishna pertama dalam aka itu, nasabah menyerahkan sebagian harga sebagai DP.
- 2) Bank syariah memesan peralatan kantor pada supplier / kontraktor maka terjadilah akad istishna yang kedua dalam akad itu bank juga menyerahkan DP pada kontraktor.
- 3) Setelah peralatan kantor dibuat kontraktor menyerahkan kepada bank.
- 4) Bank membayar pesanan tersebut pada kontraktok.
- 5) Kemudia bank menyerahkan peralatan nasabah yang telah dipesan dengan menambahkan keuntungan, namun jumlah keuntungan yang dimabil oleh bank tidak diwajibkan untuk memberitahukan kepada nasabah.
- 6) Terakhir nasabah menerima pesanannya dan membayar kepada bank.<sup>18</sup>

f) Qardh

<sup>18</sup> Nurul Huda, *lembaga keuangan islam*, .....hal 56

Qardh adalah pemberiah harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Prinsip qardh adalah membantu bukn transaksi komersial atau dapat juga dikatakan suatu akad pembiayaan kepada nasabah tertentu dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya kepada Lembaga Keuangan Islam (LKI) pada waktu yang telah disepakati oleh LKI dan nasabah.

Ketentuan Qardh adalah sebagai berikut:

- 1) Qardh adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah (muqtaridh) yang memerlukan.
- 2) Nasabah qardh wajib mengembalikan pokok yang diterima pada waktu yang telah disepakati bersama.
- 3) Biaya administrasi dibebankan oleh nasabah.
- 4) LKS dapat meminta jaminan kepada nasabah bilamana dipandang perlu.
- 5) Nasabah qardh dapat memberikan tambahan (sumbangan) dengan suka rela kepada LKS selama tidak diperjanjikan dalam akad.

Nasabah dapat diberikan sanksi apabila tidak menunjukkan keinginan mengembalikan sebagian atau seluruh kewajibannya dan bukan karena ketidakmampuannya. Sanksi yang dijatuhkan kepada nasabah dapat berupa dan tidak terbatas pada penjualan sanksi pada nasabah.

Jika barang jaminan tidak mencukupi, maka tetap harus memenuhi kewajibannya secara penuh.

Landasan hukun tentang Qardh adalah surat al maidah ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya : hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu.

Maksudnya adalah akad (perjanjian) mencakupi: janji prasetya hamba kepada allah dan perjanjian yang dibuat oleh manusia dalam pergaulan sesamanya dan sehari harinya.

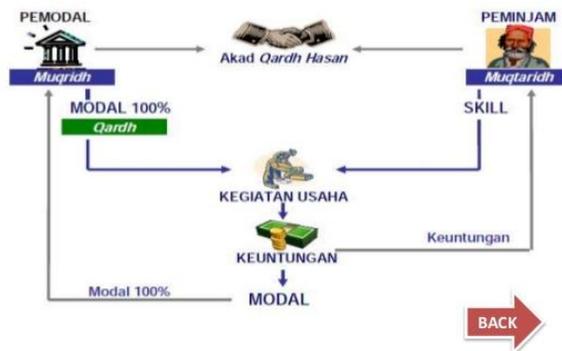
Berikut adalah skema akad qardh<sup>19</sup>

Gambar 1.6

---

<sup>19</sup> Nurul Huda, *lembaga keuangan islam.....* hal 64

## Skema Pinjaman Qardh/Qardhul Hasan



### C. Kebijakan Bauran Pemasaran

#### 1. Definisi Kebijakan

Dalam memasarkan produk produk pembiayaan khususnya pada pembiayaan bank syariah harus dengan strategi yang melampaui sehingga mampu bersaing dengan bank- bank umum lainnya. Strategi pemasaran yang diikuti dengan kebijakannya akan mempermudah nasabah dalam mengaksesnya dan melakukan transaksi pada bank syariah.

Kebijakan adalah suatu ucapan atau tulisan yang memberikan petunjuk umum tentang penetapan ruang lingkup yang memberi batas dan arah umum kepada seseorang untuk bergerak. Kebijakan juga dapat diartikan sebagai rangkaian konsep dan asar yang menjadi garis pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak. Kebijakan dapat berbentuk keputusan yang dipikirkan secara matang dan hati-hati oleh pengambil keputusan puncak dan bukan kegiatan-kegiatan berulang yang rutin dan terprogram atau terkait dengan aturan- aturan keputusan.

Kebijakan ekonomi adalah suatu ketetapan yang memuat prinsip-prinsip untuk mengarahkan cara-cara bertindak yang dibuat secara terencana dan konsisten dalam mencapai tujuan tertentu. Pada dasarnya kebijakannya secara khusus diarahkan untuk memecahkan persoalan penting yang dihadapi suatu sistem ekonomi. Seperti kebijakan sebagai berikut:

- Penyediaan informasi dan koordinasi bagi masyarakat (pasar atau perencana terpusat)
- Peran pemerintah dalam distribusi barang atau jasa.

kebijakan distribusi dalam sistem ekonomi islam menjunjung tinggi nilai keadilan, sehingga pada konsep distribusi landasan penting yang dijadikan pegangan adalah “agar kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja, QS Al Hasyr Ayat 59.

Kebijakan distribusi yang diajarkan islam sangat berkaitan dengan harta agar tidak menumpuk pada golongan tertentu dimasyarakat. Serta terciptanya keadilan distribusi<sup>20</sup>

## 2. Definisi Bauran Pemasaran

Menurut Kotler Bauran Pemasaran adalah perangkat alat pemasaran atau faktor yang dapat dikendalikan seperti *product, price, place* dan *promotion* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran.

Sedangkan menurut saladin Bauran Pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dar variable pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.<sup>21</sup>

## 3. Kebijakan bauran pemasaran

Untuk lebih meningkatkan angka penjualan di suatu perusahaan, maka diperlukan kebijakan pemasaran. Dalam menetapkan kebijakan pemasaran biasanya perusahaan melihat dari perkembangan usaha dimasa yang lalu. Pada dasarnya tujuan kebijakan adalah untuk menjamin perkembangan usaha dan kehidupan perusahaan untuk masa yang akan datang dengan jalan melakukan ekspansi atau perluasan pasar. Untuk menjamin tujuan ini tercapai dilakukan berbagi kebijakan jangka pendek dan jangka panjang secara bertahap.

Kebijakan Bauran Pemasaran yang perlu diperhatikan adalah

### 1. Kebijakan Produksi

Produk secara garis besar dibagi menjadi produk barang dan produk jasa. Produk barang yaitu produk nyata seperti produk kendaraan, barang elektronik atau lainnya yang bersifat konkret. Sedangkan produk jasa adalah produk yang bersifat abstrak namun manfaatnya mampu dirasakan. Hal yang terpenting dari pemasaran yaitu produk yang akan ditawarkan kepada konsumen.

kebijakan produksi ini meliputi kebijakan yang berhubungan dengan : luasnya pasar, tingkat persaingan dan kemampuan teknis.

---

<sup>20</sup> Ruslan Abdul Ghofur Noor, Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam(Pustaka Pelajar:2011) Hal 91.C

<sup>21</sup> Al Arif *dasar-dasar ...* hal 14

Dalam dunia perbankan produk yang ditawarkan adalah berupa produk jasa. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri, misalnya bank umum lebih lengkap jika dibandingkan dengan bank pengkreditan rakyat (BPR). Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank, nasabah cukup mendatangi satu bank saja.<sup>22</sup>

Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan sebagai berikut:

a) Penentuan Logo Dan Moto

Logo merupakan ciri khas suatu bank. Sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat. Ada istilah baru melihat logonya saja orang sudah mengenal bank tersebut. Atau dengan membaca moto saja sudah banyak yang mengenalnya. Logo dan moto juga sering disebut dengan ciri produk. Logo dan moto harus dirancang dengan benar, dengan bahasanya yang mudah difahami, memiliki arti yang positif yang bisa meyakinkan pembeli saat membacanya, dan mudah diingat.

b) Menciptakan Merek

Karena jasa memiliki aneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat pembeli. Nama ini kita kenal dengan merek. Untuk berbagai jenis jasa bank yang ada perlu diberi merek tertentu. Merek merupakan suatu tanda pengenal barang atau jasa dari jasa satu dengan yang lainnya yang ditawarkan.

c) Menciptakan Label

Label merupakan suatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Didalam label dijelaskan perusahaan mana yang membuat.

2. Kebijakan Promosi

---

<sup>22</sup> Al Arif, Dasar-Dasar ekonomi islam, solo : era adicitra intermedia, 2011 hal 112-125

Kebijakan promosi berhubungan dengan kebijakan dan metode metode yang digunakan untuk melaksanakan penjualan dengan baik. metode promosi yang digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

a) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk, serta keuntungan produk tersebut. Tujuan promosi media iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabah.

b) Promosi Penjualan (*sales promotion*)

Promosi lain yang dapat digunakan adalah melalui promosi penjualan, tujuan promosi penjualan yaitu untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah agar segera melakukan transaksi jasa yang tersedia di bank tersebut. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditunjukkan untuk mendorong lebih kuat mempercepat espon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk promosi yang berbeda. Karena waktu yang singkat dan ditargetkan untuk menarik nasabah maka diperlukannya promosi penjualan yang semenarik mungkin dapat berupa diskon, kontes, kupon atau hadiah lainnya.

c) Publisitas (*publicity*)

Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing atau memperkenalkan kepada nasabah atau calon nasabah tentang bank dan produk jasa bank yang tersedia melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, sponsorship. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya. Tujuan kegiatan ini adalah agar nasabah atau calon nasabah dapat mengenal bank lebih dekat.<sup>24</sup>

d) Pemasaran Langsung (*direct marketing*)

Pemasaran langsung adalah pemasaran yang menggunakan media surat, telvon, pesan, dan alat kontak non personal lainnya untuk berkomunikasi dengan tujuan

---

<sup>23</sup> Ikatan bankir indonesia, *memahami .....* hal 314

<sup>24</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* Jakarta: Kencana Perdana Media Group, Jakarta , 2005 hal 155-160

mendapatkan respon dari pelanggan lainnya. Bentuknya antara lain seperti katalog pos, brosur, dan media elektronik.<sup>25</sup>

### 3. Kebijakan Tempat (*place*)

Tempat atau lokasi suatu bank adalah tempat dimana produk jasa bank diperjualbelikan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, dan cabang kas. Penentuan lokasi suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dengan strategis memudahkan nasabah untuk menemukannya dan berurusan dengan bank. Di samping lokasi yang strategis hal lain yang mendukung adalah *layout* gedung dan *layout* ruangan. Penetapan *layout* ruangan yang baik dan rapi, bersih akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank.

Yang perlu diperhatikan dari kebijakan tempat ini yaitu:

- a. Lokasi yang strategis
- b. Pemilihan saluran distribusi
- c. Sistem transportasi perusahaan
- d. Sistem penyimpanan

### 4. Kebijakan Harga

Penentuan harga merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran dimana harga menjadi hal yang sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Akan berakibat fatal jika salah menentukan nominal harga. Bagi perbankan yang berlandaskan prinsip syariah, harga adalah tentuan besaran bagi hasil. Tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut.

- a) Untuk bertahan melangsungkan kehidupan sebuah perusahaan.  
Artinya dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi, bank dapat menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan yang laku dipasaran.
- b) Untuk memaksimalkan perolehan laba.  
Tujuan utama dari menentukan harga adalah agar perusahaan memperoleh laba yang maksimal dengan penjualan yang maksimal.
- c) Untuk memperbesar market share

---

<sup>25</sup> Anaroga, pandji, pengantar bisnis: pengelolaan dalam era globalisasi, jakarta : rhineka cipta, 2011 hal 194

d) Mutu produk

Tujuan hal ini adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas dan kuantitas yang tinggi dan biasanya harga diyang ditentukan tinggi.

e) Peran pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing agar harga produk perusahaan sendiri mampu bersaing dengan harga produk milik perusahaan pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan tidak melebihi dari harga pesaing.

D. Konsep Pemasaran syariah

Secara umum pemasaran syariah adalah sebuah kedisiplinan bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari inisiator kepada *shareholdersnya* yang dalam proses keseluruhannya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam. Kertajaya (2006) menyatakan bahwa karakteristik pemasaran syariah terdiri dari beberapa unsur yaitu :*rabbaniyah, akhlaqiyah, al-waqiyyah, insaniyyah*<sup>26</sup>

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Jiwa seorang marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariat yang teitis atau bersifat ketuhanan ini dalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.

2. Etis (*Akhlaqiyah*)

Keistimewaan lain dari syariah marketer adalah mengedepankan akhlak (moral,etika) dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

3. Realistis (*Al – Waqiyyah*)

Marketer syariah adalah konsep pemasaran yang fleksible, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah yang melnadasinya. Syariah marketer adalah para pemasar profesional yang berpenampilan yang bersih, rapih sesuai dengan syariah. Dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala hal.

---

<sup>26</sup> Fahmi Irham, *Manajemen Perbankan Konvensional Dan Syariah* : Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015. Hal 176.

#### 4. Humanistis (*Insaniyyah*)

Keistimewaan yang lainnya dalah sifatnya yang humanistis universal, yaitu bahwa bank syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Muhammad Syakir Sula Dan Hermawan , Kertajaya “ Syariah Marketing”. (Jakarta: Mizan, 2005) H, 56

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM BANK BPRS SURIYAH**

#### **3.1 Sejarah Perusahaan**

Bank syariah suriyah atau juga yang disebut dengan Bank pembiayaan Rakyat Syariah “Suriyah” didirikan di Cilacap sebuah kota kabupaten di barat daya provinsi Jawa Tengah yang menjadi tempat kantor pusat. Didirikan dengan akta No. 3 notaris Naimah, SH pada tanggal 6 Januari 2005 dan telah di sahkan oleh Department Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor : C-02469 HT.01.01 tahun 2005 tertanggal 31 Januari 2005, masuk dalam Berita Negara Republik Indonesia Nomor 62 tahun 2005 dan tambahan Berita Negara Nomor 8311 serta beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar yang terakhir Akta Notaris No. 14 tanggal 12 Juni 2012 yang dibuat dihadapan Notaris Sumardi, SH. Notaris di Cilacap dan telah diterima oleh Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan Surat Nomor AHU-AH 01.10-23812 tanggal 29 Juni 2012.

Bank Syariah Suriyah mulai beroperasi menjalankan kegiatan usaha dibidang perbankan syariah sejak tanggal 1 April 2005 setelah mendapat salinan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.7/14/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005. Setelah beroperasi selama kurang lebih 1 tahun, per Desember 2013 asset BPRS Suriyah telah mencapai Rp 68.23 Milyar,- dan per Desember 2015 memiliki asset sebesar Rp 104.944 Milyar. Peningkatan asset ini dikarenakan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (simpanan) cukup besar dan didukung kantor yang banyak. Selain kantor pusat, saat ini BPRs Suriyah memiliki kantor 6 kas dan 5 kantor cabang meliputi: kantor kas dipasar Kroya, payment point di RSI Fatimah, kantor kas Sidareja, kantorkas majenang serta pada tanggal 16 oktober 2010 telah membuka kantor cabang baru di Semarang yaitu berada di Jl indrapsta n0 39 semarang dan Kantor Kas Semarang Timur di Jl. Supriyadi Semarang. Pada tanggal 24 juni 2013 dibuka kantor Cabang baru dikudus yang beralamatkan di ruko kereta api (KAI) blok A No.1 Jl Ahmad Yani kudus. Tlp.(0291)440612 fax.(0291)440613. Pada tahun 2015 tepatnya tanggal 12 Januari 2015 BPRS Suriyah membuk Cabang di Slawi yang beralamatkan di Jl Ahmad Yani No.53 Slawi. Kemudian pada tanggal 16 Januari 2016 Alhamdulillah BPRS Suriyah kembali membuka cabang di Pekalonga yang beralamatkan di

Jl Raya Sapugarut No. 138 Buara, pekalongan. Dan pada awal tahun 2017 BPRS Suriyah kembali membuka cabang di Salatiga yang beralamatkan Jl. Soekarno Hatta No.13 Cebongan, Salatiga.<sup>1</sup>

a) Visi dan misi

Visi :

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

Misi :

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

### 3.2 Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas

#### 1. Struktur Organisasi BPRS Suriyah Kc Kud

Pembagian tugas dan pekerja pada umumnya sangat diperlukan baik di perusahaan besar maupun perusahaan kecil. Pembagian tugas ini diwujudkan dalam struktur organisasi. Struktur

---

<sup>1</sup> [www.banksuriyah.com](http://www.banksuriyah.com)

Organisasi merupakan gambar skematis tentang pembagian tugas-tugas<sup>2</sup> dan pekerjaan dari masing-masing bagian untuk mewujudkan tujuan organisasi tersebut.

Kepala Cabang	Teller	Customer Service	Back Office
Suroso	Nurul Hamiedah	Ulfatun Ni'mah	Meta Yuliatri
	Lia Ernawati		

admin Legal	Maerketing		collector	Security
	Lending	Funding		
Ja'far Mustaghfirin	Riyanto	Didik Hariyanto	Deny Sigit P.	Nur Achmadi
		Muhammad Fuad A.		

Adapun penjabaran mengenai tugas masing-masing jabatan sebagai berikut:

#### 1) Kepala Cabang

Fungsi utama dari kepala cabang adalah bertanggung jawab atas semua sistem operasional baik dari pendanaan maupun pembiayaan di BPRS Suriyah Kudus.

Tugas tugasnya adalah:

- a) Mewakili direksi atas nama perseorangna mengikat perseroan dengan pihak lain dengan perseroan sebatas lingkup kerja kantor cabang Kudus.
- b) Bertanggung jawab atas operasional kantor cabang dan yang berhubungan dengan pihak intern dan ekstern perusahaan.
- c) Menyusun dan mengusulkan rencana anggaran cabang dan rencana anggaran tahunan yang disetujui oleh direksi.
- d) Merumuskan dan mengusulkan kebijakan umum kantor cabang untuk program tahunan
- e) Menyetujui dan memutuskan pembiayaan yang diberikan atas maksimum dan selebihnya atas persetujuan direksi dan komisaris.
- f) Memberi persetujuan atas penggunaan formulir-formulir dan dokumen-dokumen lainnya dalam transaksi kantor cabang.
- g) Mengajukan laporan neraca dan laba rugi tahunan serta laporan – laporan berkala lainnya pada direksi untuk mengetahui perkembangan kantor cabang.

<sup>2</sup> Hasil wawancara langsung dengan Muhammad Fuad Amrullah

- h) Menyetujui pengeluaran biaya rutin maksimum dan selebihnya atas persetujuan direksi.
- i) Pemberian inventaris dan pemberian perlengkapan kantor cabang atas persetujuan direksi

## 2) Account Officer

Fungsi jabatan dari *Account Officer* adalah menangani dan mengelola proses pemasaran dan pembiayaan mulai dari proses sosialisasi, permohonan, analisis pembiayaan, pengikatan, pencairan, pengawasan, serta penyelesaian perlunasan nasabah.

Tugas *Account Officer* adalah sebagai berikut:

- a) Bertanggung jawab dalam upaya menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang dinilai produktif.
- b) Bertanggung jawab atas kelancaraan pengambilan dana yang telah disalurkan.
- c) Mencari nasabah yang potensial yang layak diberikan fasilitas pinjaman.
- d) Melakukan analisis untuk menentukan layak atau tidaknya pengajuan pembiayaan dari calon nasabah.
- e) Melakukan pembinaan hubungan yang baik dengan nasabah melalui bantuan konsultan bisnis, diskusi manajemen maupun bimbingan pengelolaan keuangan sesuai blok sistem masing-masing.

## 3) Customer Service

Fungsi jabatan dari *customer service* adalah melayani proses pembukuan rekening dana titipan, pembukuan permohonan pembiayaan, menerima dan memberikan solusi terhadap komplain dari nasabah dan calon nasabah.

Tugas tugasnya adalah :

- a) Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk.
- b) Membantu nasabah dalam melakukan pembukuan rekening tabungan dan deposito.
- c) Bertanggung jawab atas penomoran surat keluar, penomoran surat masuk dan memo internal serta bertanggung jawab atas pengelolaannya.
- d) Menerima berkas pengajuan pembiayaan dari calon nasabah.
- e) Menyediakan materai untuk akad pembiayaan maupun bilyet deposito, dan bertanggung jawab atas pengelolaannya.
- f) Membantu nasabah dalam melakukan pencairan deposito.

- g) Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
- h) Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.
- i) Mengadministrasikan buku tabungan.
- j) Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

#### 4) Teller

Fungsi utama Teller adalah memberikan pelayanan kepada seluruh nasabah di BPRS Suriyah kudu.

Tugas-tugas:

- a) Menerima setoran, melakukan pembayaran tunai, pencatatan transaksi dan menghitung rekapitulasi kasir.
- b) Meneliti, mencocokkan warkat nasabah dengan spesimen penarikan.
- c) Menghitung kas akhir kerja dan menghimpunnya serta menyetorkan posisi kas akhir hari kerja pada bagian keuangan.
- d) Menangani segala transaksi yang bersifat tunai.
- e) Membuat laporan kas harian, mingguan, bulanan.
- f) Membuka dan menutup *cashbox*.
- g) Melakukan pengeluaran uang yang telah disetujui oleh kepala cabang.
- h) Mengelola kas kecil.
- i) Bertanggung jawab atas pelayanan nasabah dalam hal transaksi uang tunai baik menerima uang penyetoran tabungan, deposito, angsuran pembiayaan, ataupun pengeluaran uang untuk penarikan tabungan, deposito, pencairan dan pengeluaran lainnya yang berhubungan dengan kantor.
- j) Memasukkan mutasi ke lembaran buku mutasi teller untuk kas masuk pada penerimaan untuk kas keluar pada pembayaran. Semua mutasi disertai dengan bukti atau slip.
- k) Memberi tanda *redmark* untuk setiap slip setoran atau penarikan tabungan.
- l) Menerima, menyusun dan menghitung uang secara cermat dan hati-hati setiap setoran tunai dari nasabah dan penarikan tunai untuk nasabah.

- m) Mengatur dan menyiapkan pengeluaran uang tunai untuk kepentingan dropping dana pembiayaan dan lain-lain yang telah disetujui oleh bagiannya.
- n) Mencocokkan jumlah fisik uang sesuai dengan saldo akhir kas.
- o) Mengecek slip setoran maupun pengeluaran sesuai dengan jumlah uang dan pada buku mutasi teller.
- p) Pada akhir dan awal hari laporan pertanggung jawaban kas oleh teller dimintakan tanda tangan kepada kepala cabang sebagai periksa atas kondisi uang.
- q) Teller harus mencocokkan tanda tangan pada slip penarikan tabungan dan deposito dengan kartu tanda tangan yang ada.
- r) Tiap akhir hari mencetak mutasi kas teller dan laporan pertanggung jawaban kas dan mengarsipkan.

#### 5) Back Office

Tugas *Back Office* adalah sebagai berikut:

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

#### 6) Funding Officer

Tugas-tugas:

- a) Melakukan penjemputan setoran simpanan atau angsuran pembiayaan.
- b) Memastikan angsuran yang dijemput sesuai dengan waktunya.
- c) Menyiapkan peralatan administrasi yang dibutuhkan untuk menjemput simpanan dan angsuran.
- d) Memastikan tidak ada selisih antara dana yang dijemput dengan dana yang disetorkan di kantor.

#### 7) Security

Tugas security adalah sebagai berikut:

- a) Bertanggung jawab menjaga dan mengendalikan lingkungan kantor dari segala bentuk kejahatan dan kericuhan.
- b) Membantu mengontrol dan mematikan semua peralatan kantor.

c) Bertanggung jawab mengunci dan membuka kantor saat jam tutup dan jam buka kantor. <sup>3</sup>

### 3.3 Ruang Lingkup Usaha

#### 1. Produk produk BPRS Suriyah KC Kudus

Adapun produk-produk yang ditawarkan oleh BPRS Suriyah Kc Kudus yang secara garis besar dibagi menjadi dua, meliputi :

##### 1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Ada beberapa produk penghimpunan dana ada BPRS Suriyah KC Kudus antara lain:

##### a. Tabungan iB Wadiah

Adalah simpanan titipan nasabah yang harus dijaga oleh bank dan dapat diambil sewaktu-waktu.

Tabungan iB wadiah dibagi dalam beberapa jenis tabungan yaitu terdiri dari :

##### I. Tabungan iB Tasya suriyah

Tabungan yang diperuntukan bagi individu maupun perusahaan dimana penyetoran dan penarikannya hanya dapat dilakukan sewaktu waktu. Setoran awal minimal Rp 20.000,- dan selanjutnya minimal Rp 10.000,- biaya administrasi bulanan Rp 1000,- dan mendapatkan bonus tabungan tiap bulannya.

##### II. Tabungan iB pelajar dan santri

Tabungan yang diperuntukan untuk sekolah dan pelajar dimana penyetorannya dan penarikannya dapat dilakukannya sewaktu – waktu untuk pelajar dan santri dengan biaya administrasi bulanan sebesar Rp 1.000,- dan mendapatkan bonus tabungan setiap bulannya.

##### III. Tabungan iB SMART berhadiah

Yaitu tabungan berhadiah langsung yang dapat diambil tanpa diundi (hadiah bisa *by request* nasabah) jumlah setoran minimal Rp 5.000.000,-, jangka waktu minimal 6 bulan. Tiap bulan mendapatkan bonus tabungan.

##### b. Tabungan iB Mudharabah

---

<sup>3</sup> Eprints.walisongo.ac.id

Yaitu simpanan dana nasabah yang diambil kemanfaatannya untuk dikelola oleh pihak bank dimana nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai pendapatan bank. Penarikan hanya bisa diambil sesuai dengan kesepakatan.

Secara umum teknik perbankan pada tabungan iB Mudharabah ini yaitu penabung sebagai pemilik dana (shahibul maal) menyerahkan dana kepada bank sebagai pengelola dana (mudharib) untuk mengelola dana dengan pembagian hasil usaha sesuai porsi yang disepakati pada saat awal akad.<sup>4</sup>

Tabungan mudharabah dibagi kedalam beberapa jenis tabungan yang terdiri dari:

#### I. Tabungan iB Haji Baitullah

Tabungan yang diperuntukan bagi umat islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT dengan setoran awal Rp 100.000,- dan setoran berikutnya minimal Rp 50.000. Pada tabungan ini akad yang digunakan adalah akad mudharabah, yaitu simpanan dana bank yang dimail kemanfaatannya untuk dikelola oleh pihak bank dimana nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai kesepakatan dengan pendapatan bank. Penarikannya hanya bisa dilakukan sesuai dengan kesepakatan.

Mekanisme pembukaan rekening Tabungan Haji Baitullah di BPRS Suriyah KC Kudus yaitu dengan mendatangi bank dan mengisi formulir pembukaan rekening dengan menyertakan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh pihak bank. Kemudian nasabah menyertakan dana sebesar Rp 100.000,- untuk keperluan pembukaan rekening.

#### II. Tabungan iB Qurban

Tabungan yang memfasilitasi nasabah untuk menunaikan ibadah Qurban. Setoran pertama minimal Rp 25.000,- dan selanjutnya Rp 10.000,- memperoleh bagi hasil sesuai pendapatn bank. Untuk penarikan sesuai kesepakatan. Bebas biaya administrasi.

#### III. Tabungan iB Masa Depan Syariah Suriyah (tamansari)

Tamansari merupakan tabungan investasi dengan akad mudharabah mutlaqah dengan jumlah setoran telah ditentukan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan,

---

<sup>4</sup> Ekonomi syariah iqtishadunaprof.Dr emil salim.hal 86

triwulan) dan penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.

Beberapa ketentuan yang dapat diperoleh dari produk tabungan iB Masa Depan Syariah Suriyah (Tamansari) adalah sebagai berikut:

- Bagi hasil yang akan diberikan setiap bulan sesuai dengan nisbah yang telah disepakati.
- Nisbah bagi hasil lebih menarik dari pada lainnya.
- Bagi hasil setiap bulan akan terus menambah saldo tamansari.
- Nasabah bebas menentukan jangka waktu kesepakatan (minimal 3 tahun)
- Jumlah setoran ditentukan sendiri sesuai kemampuan (minimal Rp 50.000,-.<sup>5</sup>
- Deposito iB Desya Mudharabah

Deposito Mudharabah yaitu dengan prinsip mudharabah mutlaqoh memberikan keuntungan bagi hasil kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan . jumlah perorangan minimal Rp 500.000,- dan untuk perusahaan/organisasi minimal Rp 1.000.000,-.

➤ Ada pun persyaratan pembukaan deposito sebagai berikut:

a) Perorangan

- Identitas diri (KTP)

b) Perusahaan

- Akte perusahaan dan perubahannya
- SIUP, NPWP, TDP.
- Surat keputusan menteri kehakiman.
- Surat domisili perusahaan.
- Identitas pengurus atau pemegang saham.

## 2. Produk Pembiayaan (*lending*)

BPRS Suriyah Kc Kudus memberikan pelayanan pembiayaan sesuai kebutuhan masyarakat (nasabah) berupa pemberian pembiayaan modal kerja (usaha), kebutuhan konsumtif (rumah, mobil, motor) serta pembiayaan pendidikan , biaya rumah sakit dan kebutuhan lainnya.

---

<sup>5</sup> [www.banksuriyah.com](http://www.banksuriyah.com)

Ada beberapa produk pembiayaan di BPRS Suriyah Kc Kudus adalah sebagai berikut:

a. iB Murabahah (lending)

Dalam istilah fikih murabahah adalah jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual belikan kepada pembeli, kemudian sipenjual mensyaratkan atasnya laba atau keuntungan dalam jumlah tertentu.

Secara umum teknik perbankan pada pembiayaan iB Murabahah (jual beli) adalah sebagai berikut:

- Murabahah akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang telah disepakati.
- Berdasarkan akad jual beli bank membeli barang yang telah dipesan akandan kemudian menjualnya kepada nasabahnya. Harga jual beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati. Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang dan biaya yang akan dikeluarkan.

b. iB Istishna

Istishna merupakan jual beli dalam pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan penjual.

Secara umum teknik perbankan pada pembiayaan iB istishna di BPRS Suriyah Kudus yaitu jika pembeli dalam akad istishna tidak mewajibkan bank untuk membuat sendiri barang pemesanan, maka untuk memenuhi kewajiban pada akad pertama bank dapat mengadakan Akad Istishna yang kedua dengan pihak ketiga (subkontaktor). Akad Istishna kedua ini disebut akad istishna paralel. Akad istishna dapat dihentikan jika kedua belah pihak telah memenuhi kewajibannya.

Ketentuan harga pada produk pembiayaan iB Istishna adalah sebagai berikut:

- Harga jual bank adalah harga yang bersama antara nasabah (pemesan atau mustahni') dan bank.
- Selisih antara harga jual dan harga pokok barang merupakan keuntungan bank.
- Harga jual tidak bisa berubah selama perjalanan.

c. iB Mudharabah dan Musyarakah

Prinsip pembiayaan dengan prinsip bagi hasil atas pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama ddengan modal (kemitraan) antara nasabah dengan bank.

Pembagian keuntungan atau (bagi hasil) sesuai dengan porsi modal dari nisbah yang telah disepakati.

Secara umum implementasi pada pembiayaan produk ini di BPRS Suriyah Kudus yaitu:

i. Modal

- Pembiayaan diberikan dalam bentuk tunai dan atau barang.
- Dalam hal pembiayaan diberikan dalam bentuk tunai, harus dinyatakan jumlahnya.
- Dalam hal pembiayaan diberikan dalam bentuk barang, maka barang yang diserahkan harus dinilai berdasarkan harga pasar wajar.
- Modal hanya diberikan untuk tujuan usaha yang sudah jelas dan disepakati bersama.
- Modal dapat diserahkan secara penuh atau bertahap.
- Apabila modal diserahkan secara bertahap maka harus jelas tahapannya dan disepakati bersama.

ii. Pengembalian modal

- Untuk pembiayaan dengan jangka waktu sampai satu tahun, pengembalian modal dapat dilakukan di akhir di lakukan secara angsuran berdasarkan aliran kas (*cash in flow*) dari usaha nasabah.
- Untuk pembiayaan dengan jangka waktu lebih dari satu tahun, pengembalian dilakukan secara angsuran berdasarkan aliran kas (*cash in flow*) masuk dari nasabah.

iii. Jaminan

Untuk mengantisipasi akibat kelalaian atau kecurangan, bank dapat meminta jaminan atau agunan dari nasabah.

d. iB Ijarah

Ijarah disebut akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang dan jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Maksud “manfaat” adalah berguna yaitu barang yang mempunyai banyak manfaat dan menggunakannya barang tersebut mengalami perubahan atau musnah. Manfaat yang diambil tidak berbentuk zatnya melainkan sifatnya yang dibayar sewa, misalnya kontrakan atau sewa mobil.

e. iB Qardh

Pembiayaan atas asas saling tolong menolong dalam kebajikan, dengan pengembalian pinjaman sesuai pokok pinjaman.

f. iB Multijasa

adalah Prinsip pembiayaan dengan sistem sewa atas manfaat suatu barang / jasa dengan pembayaran secara berkala.

➤ Adapun persyaratan pengajuan pembiayaan , antara lain sebagai berikut:

a) Perorangan

- Fotocopy identitas suami dan istri (jika sudah menikah)
- Fotocopy Surat Nikah (Jika Sudah Menikah)
- Fotocopy Kartu Keluarga.
- Slip Gaji 3 Bulan Terakhir (Untuk Pegawai)
- Fotocopy NPWP (Jika Ada)
- Fotocopy Bukti Kepemilikan Agunan (SHM Atau BPKP)

b) Bagi perusahaan

- Akte Perusahaan Dan Perubahannya.
- SIUP, NPWP, TDP.
- Surat Keputusan Menteri Kehakiman.
- Surat Domisili Perusahaan.
- Identitas Pengurus Perusahaan Atau Pemegang Saham.
- AD/ART

Rekening Koran 6 Bulan Terakhir dan laporan keuangan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Sistem Pebiayaan di BPRS Suriyah KC Kudus

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah adalah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang mengedepankan nilai-nilai dan konsep yang sesuai dengan syariah. Dalam melaksanakan pemasarannya bank harus mempunyai strategi pemasaran dan kebijakan pemasaran guna untuk mencapai tujuan perusahaan dan memperoleh keuntungan.

Pada BPRS Suriyah KC Kudus mempunyai beberapa produk pembiayaan (*lending*), produk-produk tersebut seperti pada produk Bank syariah pada umumnya sistem pembiayaan-nya pun tak berebeda pada bank syariah pada umumnya. Berikut adalah produk dan sistem pembiayaan pada BPRS Suriyah KC Kudus yaitu:

##### 1) Produk pembiayaan murabahah

Pada akad ini BPRS Suriyah membeli barang yang telah dipesan oleh nasabah ke supplier kemudia Bank Suriyah menjualnya kepada nasabah yang telah memesannya. Disini Bank Suriyah menyebutkan harga pokok barang dan jumlah keuntungan yang akan diperolehnya.

Pada produk ini margin bank / keuntungan bank akan flat tidak berubah-ubah selama pembiayaan berlangsung. Produk ini banyak diminati oleh nasabah yang ingin melakukan pembelian, baik pembelian kendaraan atau pembelian rumah dan lain-lain.

Tabel 1.2

Total Pembiayaan Periode 2017 – 2018 (dalam ribuan)			Margin
akad	2017	2018	flat 13% dr plafon pembiayaan per bulan
Murabahah	127.917.522	15. 776.491	

##### 2) iB Itishna

secara umum teknik perbankan pada pembiayaan iB Istishna di BPRS Suriyah KC Kudus yaitu jika pembeli dalam akad istishna tidak mewajibkan bank untuk membuat sendiri barang pesanan, maka untuk memenuhi wajib pada akad pertama bank dapat mengandalkan akad istishna yang kedua dengan pihak ketiga (subkontraktor).

Pada pembiayaan ini masih kurang nasabah yang meminatinya. Hal ini terbukti dari sedikitnya total pembiayaan yang diberikan oleh bank.

Tabel 1.3

Total Pembiayaan Periode 2017 – 2018(dalam ribuan)		
akad	2017	2018
Istishna	5.100	10.634

### 3) iB Mudharabah dan Musyarakah

prinsip pembiayaan dengan bagi hasil atas pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama dengan modal (kemitraan) antara nasabah dengan bank. Pembagian hasil keuntungan sesuai dengan porsi modal dari nisbah yang telah disepakati.

Pada pengembalian modal BPRS Suriyah KC Kudus menetapkan jangka waktu selama satu tahun, pengembalian modal dapat dilakukan di akhir dilakukan secara angsuran berdasarkan aliran kas (*cash in flow*) dari usaha nasabah pembiayaan. Untuk nasabah pembiayaan dengan pengembalian lebih dari satu tahun, pengembalian dilakukan secara angsuran berdasarkan aliran kas (*cash in flow*) masuk dari nasabah.

Pada pembiayaan ini BPRS suriyah KC Kudus meminta jaminan atau agunan dari nasabah untuk mengantisipasi adanya kelalaian atau kecurangan dari nasabah dalam melakukan pembiayaan. Pembiayaan ini banyak diminati oleh nasabah total pembiayaan yang meningkat dari tahun sebelumnya.

Tabel : 1.6

Total Pembiayaan Periode 2017 - 2018 (dalam ribuan)			besaran bagi hasil	
akad	2017	2018	bank	nasabah
Mudharabah	5.992.198	8.095.640	49.5%	50.5%

sumber : neraca BPRS Suriyah.

#### 4) Pembiayaan iB Ijarah

Ijarah disebut akad pemindahan hak guna (manfaat) sewa menyewa atas suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang. Apabila ada kerusakan pada barang sewaan maka sepenuhnya tanggung jawab nasabah penyewa. Berikut adalah total pembiayaan ijarah selama periode 2017-2018.

Tabel: 1.7

Total Pembiayaan Periode 2017 - 2018		
akad	2017	2018
Ijarah	532.470	418.970

#### 5) iB Qardh

Pembiayaan atas asas saling tolong menolong dalam kebajikan, dengan pengembalian pinjaman sesuai pokok pinjaman.

Berikut adalah laporan dan sumber dana Qardh untuk periode akhir Desember 2018.

PT. BPRS SURIYAH				
LAPORAN SUMBER DAN PENGGUNAAN DANA QARDHUL HASAN				
UNTUK PERIODE YANG BERAKHIR 31 DESEMBER TAHUN 2018				
No.	URAIAN	CATATAN	2018	2017
1	SUMBER DANA QARDH a. Infaq dan Sodaqoh b. Denda c. Sumbangan/Hibah d. Pendapatan Non Halal e. Lainnya	Bunga Bank Konvensional	6,279,698	1,599,564
	Total Sumber Dana		6,279,698	1,599,564
2	PENGGUNAAN DAN QARDH a. Pinjaman b. Sumbangan c. Lainnya	Sumbangan HUT RI atau Kegiatan Non Keagamaan	1,500,000	1,600,000
	Total Penggunaan		1,500,000	1,600,000
3	Kenaikan (Penurunan) Sumber Atas Penggunaan		4,779,698	(436)
4	Sumber Dana Qardh Pada Awal Tahun		7,756,111	7,756,547
5	Sumber Dana Qardh Pada Akhir Periode		12,535,809	7,756,111

CILACAP, 14 JANUARI 2019  
PT. BPR SYARIAH SURIYAH

  
Ahmad Mujahid  
Direktur utama

sumber : web BPRS Suriyah

#### 6) iB multijasa

Pembiayaan yang disediakan oleh BPRS Suriyah KC Kudus dengan prinsip pembiayaan dengan sistem sewa atas manfaat suatu barang / jasa dengan pembayaran secara berkala.

Pada pembiayaan ini banyak peminat nasabah yang memilihnya. Hal ini terbukti dari jumlah total pemberian pembiayaan pada periode 2017-2018.

Tabel : 1.7

Total Pembiayaan Periode 2017 - 2018		
akad	2017	2018
Multijasa	4.256.990	4.652.072

Proses untuk mengajukan pembiayaan pada BPRS Suriyah yaitu dengan cara mendatangi Bank secara langsung dan menginformasikan kepada *customer service* pembiayaan apa yang dibutuhkan dengan membawa syarat-syarat pembiayaan. Kemudian calon nasabah akan mengisi form pembiayaan yang telah disediakan oleh bank. Setelah semua syarat selesai maka bank akan mengidentifikasi berkas berkas nasabah. Persyaratan pada saat ingin melakukan pembiayaan adalah sebagai berikut:

- foto copy KK, Surat Nikah (bagi yang sudah menikah), Akte Kelahiran.
- Jaminan : foto copy SHM + PBB, BPKB + STNK.

- c) Surat keterangan usaha (untuk pengusaha).
- d) Foto copy slip gaji 3 bulan terakhir (untuk pegawai).
- e) Surat kuasa potong gaji (bagi pegawai)
- f) Foto copy identitas.
- g) Dan membuka rekening pada BPRS Suriyah KC Kudus.

Berikut adalah perkembangan aset dari tahun 2017 - 2018

Tabel : 1.8

Perkembangan Asset periode 2017-2018		
produk	2017	2018
Margin Murabahah	14.352.622	17.040.522
Istishna	0	2.125
Ijarah	54.130	50.618
Mudharabah	1.153.504	10.180.565
Musyarakah	3.354.495	3.042.121
Multijasa	608.727	680.610
total	19.523.478	30.996.561

Dari tabel diatas dapat memberikan bukti bahwa asset bank dari tahun 2017 hingga 2018 naik hingga 10%. Artinya bank dalam memilah nasabah sudah benar-benar memilih nasabah yang produktif sehingga pembiayaan yang diberikan dapat dikembalikan dengan lancar.

**B. Kebijakan Pemasaran BPRS Suriyah KC Kudus Dalam Mengembangkan Usaha Menurut Konsep Pemasaran Islam.**

Kebijakan strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Suriyah KC Kudus untuk meningkatkan kualitas perusahaan dan jumlah nasabah pada setiap produk bank baik produk penghimpun dana maupun pembiayaan. Kebijakan strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Suriyah kc Kudus dalam memajukan usahanya adalah menggunakan kebijakan strategi bauran pemasaran(*marketing mix*). Variabel-variabel kebijakan tersebut adalah sebagai berikut:

## 1. Kebijakan Produk

Penerapan Kebijakan Produk atau jasa yang ditawarkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah KC Kudus dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran. Kebijakan dari produk ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat dalam karakteristik setiap produk pembiayaan seperti:

- a) Terkesan modern, BPRS Suriyah KC Kudus dalam menciptakan produk baru yaitu dengan melihat kondisi atau perkembangan pasar saat ini, agar tidak kalah saing dengan produk-produk pesaingnya. Dengan menggunakan merek produk singkatan atau memasukan bahasa asing dalam produk, seperti iB yang artinya *Islamic Banking* dan Tabungan TAMANSARI kepanjangan dari Tabungan iB Masa Depan Syariah Suriyah.
- b) Menyediakan berbagai macam produk pembiayaan, BPRS Suriyah KC Kudus memiliki berbagai macam produk pembiayaan sehingga nasabah bisa memilih dan menentukan pembiayaan apa yang dibutuhkan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah tersebut. Produk-produk pembiayaan tersebut tidak kalah saing dengan produk-produk pembiayaan pada bank-bank umum syariah lainnya sehingga BPRS Suriyah mampu bersaing dipasar.

## 2. Kebijakan Harga

Kebijakan harga yang diterapkan pada BPRS Suriyah KC Kudus adalah dengan menerapkan proyeksi bagi hasil baik dalam pembiayaan maupun dalam produk simpanan. Dalam kebijakan harga bank menetapkan besaran bagi hasil yang sudah disepakati antara nasabah dan bank. Bagi hasil tersebut dihitung dari jumlah pendapatan bisnis nasabah perbulannya. Pinjaman yang diberikan tergantung pada :

- a) Tingkat kebutuhan dan penghasilan nasabah pembiayaan.
- b) Kondisi perekonomian bank pada saat nasabah melakukan pengajuan pembiayaan.

## 3. Kebijakan Tempat

Semakin tempat strategis dan mudah dijangkau semakin banyak nasabah mengetahui lokasi bank semakin banyak nasabah akan melakukan transaksi di bank tersebut. memilih

tempat yang strategis dan menerapkan kebijakan layout bangunan pada BPRS Suriyah KC Kudus guna untuk kenyamanan para nasabah yang datang ke bank.

Kebijakan layout bangunan yang ditetapkan adalah.

- 1) Sisi tv pada setiap sudut ruangan, guna agar terjaga dan aman dan pimpinan bisa memantau karyawan lainnya dalam melakukan pekerjaan sehingga pelaksanaan kerja dapat berproses secara maksimal.
  - 2) Tempat duduk untuk nasabah saat menunggu. Guna agar nasabah yang datang mengantri dapat sebari duduk dengan nyaman.
  - 3) Peralatan kantor yang berfungsi normal dan memadai standar bank umum. Guna agar BPRS Suriyah syariah tidak kalah kewanaman, kenyamanan, pelayanan, dan kecanggihannya dengan bankbank lainnya.
4. Kebijakan Promosi

Kebijakan promosi yang dilakukan BPRS Suriyah KC Kudus adalah dengan mengajak para calon nasabah yang ada disekitar saat melakukan pemberian informasi untuk melakukan transaksi pada Bank Suriyah. Dalam mengajak calon nasabah tidak boleh ada unsur paksaan yang dapat membenani calon nasabah, atau membuat promosi yang tidak valid (terlalu manis tidak sesuai kenyataan).

Promosi yang dilakukan BPRS Suriyah adalah dengan melalui media sosial dan browsur, promosi dengan menggunakan media sosial dapat mencakup jangkauan lebih luas dengan harapan peningkatan jumlah nasabah. Media sosial yang digunakan adalah instagram, web, dan facebook. Selain media sosial BPRS Suriyah juga melakukan kerja sama dengan beberapa lembaga pendidikan disekitar Kudus. Dan ikut serta dalam pameran-pameran yang ada.

## BAB V PENUTUP

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan tentang kebijakan pemasaran pada BPRS Suriyah KC Kudus dalam meningkatkan usaha sesuai dengan prinsip islam, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya BPRS Suriyah KC Kudus memiliki beberapa produk pembiayaan (*lending*) yang dapat nasabah pilih sesuai kebutuhannya, yaitu: produk pembiayaan *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *ijarah*, *pembiayaan istishna*, dan *pembiayaan multijasa*. yang masing-masing syartanya dengan memfotocopy identitas, surat jaminan, dan pembukaan tabungan dengan nominal sesuai yang telah ditentukan pada masing-masing akad yang disediakan.

Dalam menerapkan Kebijakan pemasaran BPRS Suriyah kudus belum sesuai dengan konsep syariah, dan masih menggunakan konsep konvensional pada umumnya yaitu marketing mix seperti sebagai berikut :

#### 1) Kebijakan Produk

Kebijakan produk adalah sebuah kebijakan yang berhubungan dengan barang atau jasa yang dapat didistribusikan ke sebuah pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau masyarakat. Penerapan Kebijakan Produk atau jasa yang ditawarkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah KC Kudus dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran.

#### 2) Kebijakan Harga

Kebijakan harga yang diterapkan pada BPRS Suriyah KC Kudus adalah dengan menerapkan proyeksi bagi hasil baik dalam pembiayaan maupun dalam produk simpanan. Dalam kebijakan harga bank menetapkan besaran bagi hasil yang sudah disepakati antara nasabah dan bank. Bagi hasil tersebut dihitung dari jumlah pendapatan bisnis nasabah perbulannya.

#### 3) Kebijakan Tempat

Dalam melakukan kebijakan tempat bank syariah sangat penting dalam pemasaran dimana tempat juga dapat menjadi faktor utama keberhasilan pemasaran. Semakin tempat strategis dan mudah dijangkau semakin banyak nasabah mengetahui lokasi bank semakin banyak nasabah akan melakukan transaksi di bank tersebut.

### 1) Kebijakan Promosi

Promosi adalah salah satu cara paling ampuh dalam mempengaruhi konsumen baik promosi langsung maupun promosi tidak langsung. Promosi langsung yang dilakukan oleh BPRS Suriyah KC Kudus adalah dengan mendatangi pasar-pasar atau sekolah untuk memberikan informasi seputar perusahaan atau produk-produk yang disediakan perusahaan.

## B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di BPRS Suriyah KC Kudus; maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Pihak BPRS Suriyah KC Kudus harus lebih intensif lagi dalam mempromosikan dan mengenalkan produk-produk jasa yang disediakan oleh bank.
2. Memilih karyawan yang benar-benar handal dalam bidangnya sehingga karyawan paham dan mengerti job description yang sesuai dengan bidangnya masing-masing.
3. Pihak BPRS Suriyah KC Kudus harus lebih mempertimbangkan lagi dalam menentukan kebijakan-kebijakan pemasaran sehingga tidak merugikan pihak bank ataupun pihak nasabah.
4. BPRS Suriyah KC Kudus harus mengedepankan nilai-nilai islamiyah dalam mengembangkan usahanya.
5. BPRS Suriyah KC Kudus harus lebih memanfaatkan media jejaring sosial sebagai media promosi, karena jejaring sosial dapat menjangkau lebih banyak target yang diharapkan.
6. BPRS Suriyah KC Kudus hendaknya terus mengembangkan produk-produk dan skill para pegawainya serta layanannya sehingga dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya yang lebih ada dalam pelayanan dan produknya agar tujuan yang diinginkan atau yang ditargetkan bisa terwujud.

## C. PENUTUP

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan kurnia-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan Tugas Akhir ini, oleh karena itu penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan

terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan Tugas Akhir ini dan berharap semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Cetakan Pertama. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2014
- Nurul Huda, Haykal Muhammad. *Lembaga Keuangan Islam* Edisi 1, Kencana Prenada Media Group, Jakarta 2010
- Asnaini, Yustati Herlina, *Lembaga Keuangan Syariah*, Putaka Pelajar, Yogyakarta 2017
- Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Sukses Bisnis Bank*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2014
- Kasmir, *Pemasaran Bank* Jakarta: Kencana Pernada Media Group, Jakarta, 2005
- Hermawan Kertajaya Dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*. Mizan Pustaka. Bandung 2006
- Al-Quran Dan Terjemah, Departemen Agama RI, Pustaka Amani, Jakarta, 2005
- Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam*, Pustaka Pelajar, Surabaya :2011
- Anaroga, Pandji, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Dalam Era Globalisasi*, Jakarta : Rhineka Cipta, 2011
- M. Nur Riyanto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2012
- Riyanto Al Arif, M. Nur, *Dasar-Dasar Ekonimi Islam*, Solo : Era Adicitra Intermedia, 2011
- M. Nur Riyanto Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta 2012
- Muhammad Syakir Sula Dan Hermawan, Kertajaya “*Syariah Marketing*”. Jakarta: Mizan, 2005
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: (Uup) Amp Ykpn 2005, Hal 220
- ‘Fahmi Irham, *Manajemen Perbankan Konvensional Dan Syariah* : Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.

Antonio, Muhammda Syafi'i 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik : Jakarta : Isani Press* 2001

Rivai, Veithzhal Dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konesp, Dan Aplikasi* . Jakarta : Bumi Aksara 2010.

Dr. Emil Salim. *Ekonomi Perencanaan Dan Pemerataan Pendapatan*, Jakarta : Teui 2015.

Hasil Wawancara Langsung Dengan Muhammad Fuad Amrullah

Trisandini P. Usanti Dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta : Pt Bumi Aksara, 2013.

Wawancara Dengan Muhammad Fuad Amrullah Pada Tanggal 9 Februari 2019.

Buku Panduan Komprehensif D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.

Willian F. Glueck, *Manajemen Strategis Dan Kebijakan Perusahaan*, Jakarta: Erlangga 1991

Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam Dan Lembaga-Lembaga Keuangan Terkait (BMUI & Takaful) Di Indonesia*. Jakarta: PT. Rajagrafindo persada, 1996,

Gita Danupranata, *buku ajar manajemen perbankan syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013

Usai Usmara, *pemikiran kreatif pemasaran*, Yogyakarta: Asmara Books, 2008



LAMPIRAN 3

**KARTU PENGENAL TANDA TANGAN**



NO. REKENING	:	
NAMA	:	
TEMPAT & TGL. LAHIR	:	
ALAMAT RUMAH	:	
ALAMAT SURAT	:	
NO. KTP/ SIM	:	
TELEPON	:	
PEKERJAAN	:	
Dibuat	Diperiksa	Disetujui

CONTOH TANDA TANGAN TABUNGAN BPRS SURIYAH	
NO. REKENING :	TGL. BUKA :
NAMA :	
KETERANGAN :	
NAMA	TANDA TANGAN
NAMA	TANDA TANGAN

PERN

LAMPIRAN 4

  
**Bank Syariah Suriah**  
 KUDUS  
 KUDUS, 10 Desember 2018

No. 246/MRBH/BPRS Suriyah/OL/XII/2018

Kepada Yth.  
**Suyuti**  
 Dukuh Tulis Rukun Tetangga 003 Rukun Warga 001 Kelurahan Gondosari Kecamatan Gebog Kabupaten  
 Kudus Propinsi Jawa Tengah

Perihal : **Putusan Pembiayaan**

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**  
 Berdasar surat permohonan pembiayaan saudara dan setelah kami analisa serta maka dapat kami sampaikan putusan pembiayaan sebagai berikut :

1. Nama	: Riasset		
2. Penggunaan	: Pembelian		
3. Plafond	: Rp 14.040.000,-		
4. Margin	: Rp 540.000,-		
5. Harga Jual	: Rp 14.040.000,-		
5. Angsuran	: Rp 270.000,-		
6. Jangka Waktu	: 02 (dua) Bulan		
7. Jenis Akad	: Murabahah		
8. Biaya-biaya	:		
	a. Biaya Administrasi	: Rp	200.000,-
	b. Biaya Analisa Survey	: Rp	20.000,-
	c. Biaya Notaris	: Rp	75.000,-
	d. Biaya Asuransi Jiwa	: Rp	24.000,-
	e. Biaya Material 6 buah @ Rp 6.000,-	: Rp	36.000,-
	f. Tabungan		
	<b>Total</b>	<b>: Rp</b>	<b>355.000,-</b>

**Persyaratan dan ketentuan :**

- Seluruh biaya dibayarkan oleh nasabah sebelum pencairan pembiayaan.
- Nasabah membawa asli bukti kepemilikan agunan (BPKB, SHM/SHGB/SITP dll) yang akan dijaminkan.
- Pencairan pembiayaan hanya akan dilakukan apabila nasabah telah melengkapi kekurangan data yang diminta oleh pihak bank.
- Pencairan dana hanya akan dilakukan apabila nasabah dan/atau pihak-pihak terkait telah menandatangani akad pembiayaan.
- Apabila Nasabah menyetujuinya maka dimohon untuk menandatangani surat putusan ini.

Demikian hal ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.** Menyetujui,

  
 Suyuti

**Suroso**  
 Pejabat Sementara Kepala Cabang

**BANK SYARIAH SURIYAH**  
 CABANG KUDUS  
 Ruko Kereta Api (KA) Blok A No. 1  
 Jl. Ahmad Yani Kudus  
 Telp. (0291) 440612  
 Telp. (0291) 440613

Maju Bersama dalam Usaha Sesuai Syariah

www.bank syariah suriyahku.com

## LAMPIRAN 5

CONTOH TANDA TANGAN TABUNGAN BPRS SURIYAH	
NO. REKENING :	TGL. BUKA :
NAMA :	
KETERANGAN :	
NAMA	TANDA TANGAN
NAMA	TANDA TANGAN

Persyaratan :

1. Tabungan Wadiah Suriyah, setoran awal minimal Rp. 20.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000; dengan biaya administrasi Rp. 1.000; per bulan.
2. Tabungan Wadiah Pelajar dan Santri, setoran awal minimal Rp. 10.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000; dengan biaya administrasi Rp. 1.000; per bulan.
3. Tabungan Wadiah Yayasan/Koperasi/Perusahaan, setoran awal minimal Rp. 100.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000; dengan biaya administrasi Rp. 1.000; per bulan.
4. Dana tabungan dapat ditarik setiap saat pada jam kerja di seluruh Kantor Bank Syariah Suriyah.
5. Bank dapat memberikan bonus sesuai dengan pendapatan/ keuntungan bank dan tidak diperjanjikan di awal.

**TABUNGAN MUDHARABAH**  
Adalah simpanan dengan akad Mudharabah Mutlaqoh (bagi hasil) yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati.

1. Tabungan Mudharabah Qurban (TaDhaQuri), setoran awal minimal Rp. 25.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000; Hanya dapat ditarik bila akan melaksanakan ibadah qurban.
2. Tabungan Mudharabah Haji (TaDhaJi), setoran awal minimal Rp. 100.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000; Hanya dapat ditarik bila akan melaksanakan haji.
3. Nisbah bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.

**TABUNGAN TAMANSARI**  
Adalah simpanan dengan akad Mudharabah Mutlaqoh (bagi hasil) yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati.

1. Setoran dilakukan secara rutin ( bulan/ triwulan ) dengan setoran minimal Rp. 50.000; per bulan.
2. Jangka waktu penarikan tabungan per 3 (tiga) tahun.
3. Penarikan tabungan lebih awal dari kesepakatan akan dikenakan pembatalan perhitungan bagi hasil yang telah diberikan.

**AKAD DAN PERNYATAAN**

Dengan ini nasabah sepakat menempatkan dana di Bank Syariah Suriyah didasarkan pada akad Wadiah atau Mudharabah Mutlaqoh \*) dengan nisbah bagi hasil yang disepakati oleh kedua pihak sebesar \_\_\_\_\_ ( nasabah : bank ) dan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Syariah Suriyah. Bank akan memberitahukan kepada nasabah apabila terjadi perubahan nisbah yang menyebabkan penurunan atau kenaikan porsi nasabah.

Dengan ini nasabah menyatakan telah membaca, mengetahui dan menyetujui syarat-syarat dan ketentuan tersebut di atas.

\_\_\_\_\_

( \_\_\_\_\_ )  
Nasabah

\_\_\_\_\_

( \_\_\_\_\_ )  
Bank

LAMPIRAN 6

**PERMOHONAN PEMBUKAAN TABUNGAN**

Kepada Yth.  
Bank Syariah Suriyah  
Kantor/Cabang :  
*Bismillahrahmanrahim*

 **Bank Syariah Suriyah**  
BANK PEMBUKAAN TABUNG SYARIAH

---

**DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : \_\_\_\_\_  
 Tempat & Tanggal Lahir : \_\_\_\_\_  
 Kartu Identitas/Tanda Pengenal (Copy Terlampir) : \_\_\_\_\_  
 Alamat (Sesuai Kartu Identitas) : \_\_\_\_\_

Alamat Surat Menyurat : \_\_\_\_\_  
 Telp. : \_\_\_\_\_ Kode Pos : \_\_\_\_\_

Status Perkawinan :  Belum Menikah  Menikah  Janda / Duda  
 Pendidikan Terakhir :  s/d SLTP  SMU  D3  
 Agama :  Islam  Protestan  Katolik  S1 - S3  Hindu  Budha  
 NPWP (Copy Terlampir) : \_\_\_\_\_  
 Nama Ibu Kandung (Sebelum Menikah) : \_\_\_\_\_

---

**DATA PENGHASILAN DAN SUMBER DANA**

Pekerjaan : \_\_\_\_\_  
 Alamat Pekerjaan : \_\_\_\_\_  
 Telp. : \_\_\_\_\_ Kode Pos : \_\_\_\_\_

Penghasilan Per Bulan :  < 2.5 Juta  2.5 - 5 Juta  5 - 10 Juta  > 10 Juta  
 Penghasilan Tambahan :  < 2.5 Juta  2.5 - 5 Juta  5 - 10 Juta  > 10 Juta  
 Sumber Penghasilan Tambahan :  Usaha  Sewa Menyewa  Investasi  Lainnya \_\_\_\_\_  
 Pengeluaran Per Bulan :  < 2.5 Juta  2.5 - 5 Juta  5 - 10 Juta  > 10 Juta  
 Sumber Dana Pembukaan Rekening :  Tabungan  Bisnis  Warisan  Lainnya \_\_\_\_\_  
 Tujuan Pembukaan Rekening :  Tabungan / Investasi  Bisnis / Usaha  Lainnya \_\_\_\_\_

---

**DATA PERUSAHAAN / YAYASAN / KOPERASI / INSTANSI PEMERINTAH**

Jenis Usaha : \_\_\_\_\_  
 Akta Pendirian Usaha : \_\_\_\_\_  
 Legalitas Usaha (Copy Terlampir) :  SIUP  TDP  Lainnya \_\_\_\_\_  
 No. : \_\_\_\_\_

Pengurus Perusahaan

No.	Nama	Jabatan	Alamat	No. Telepon
1.				
2.				
3.				

Referensi : \_\_\_\_\_

---

**DATA TABUNGAN**

Jenis Tabungan :  Tabungan Wadiyah Suriyah  Tabungan Mudharabah Qurban  
 Tabungan Wadiyah Pelajar & Santri  Tabungan Mudharabah Haji  
 TAMANSARI  Tabungan Perusahaan/Yys/Kop

Pemotongan Zakat Bagi Hasil 2,5% :  Ya  Tidak  
 Nisbah Bagi Hasil/Bonus : \_\_\_\_\_ % ( Nasabah ) \_\_\_\_\_ % ( Bank )  
*(Nisbah Bagi Hasil dapat berubah dan akan disampaikan kepada nasabah dalam bentuk pengumuman)*

Setoran Awal : Rp. \_\_\_\_\_

---

**DATA PENERIMA MANFAAT TABUNGAN**

Bila saya akan ditakdirkan meninggal dunia, maka saya memberikan manfaat tabungan ini kepada :

Nama Lengkap : \_\_\_\_\_  
 Tempat & Tanggal Lahir : \_\_\_\_\_  
 Alamat : \_\_\_\_\_  
 Telp. : \_\_\_\_\_ Kode Pos : \_\_\_\_\_

Hubungan Keluarga : \_\_\_\_\_

Penunjukan ini sekaligus melepaskan Bank dari segala kewajiban untuk menerima dan melaksanakan tuntutan dari siapa pun dan dengan dalih apapun mengenai hak terhadap rekening tabungan ini.

Dengan ini saya menyatakan bahwa seluruh data tersebut di atas adalah benar dan bersedia mematuhi semua peraturan dan ketentuan yang berlaku.

\_\_\_\_\_

DIISI OLEH BANK		
No. CIF	:	Dibuat
No. Rekening Tabungan	:	Disetujui
Tanggal Buka	:	

Pemohon

LAMPIRAN 7

**iB**

Bank Syariah  
**Suriyah**  
BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH

**Produk Simpanan**

**tasya**  
tabungan syariah  
**Tamansari**

LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN  
Indonesian Deposit Insurance Corporation

DANA TABUNGAN PARA NASABAH DIJAMIN OLEH LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN  
(UU No. 4 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan)

Maju Bersama dalam Usaha Sesuai Syariah

LAMPIRAN 8



**Produk Simpanan**

**tasya\*** tabungan syariah **Pelajar**

**desya\*** deposito syariah

LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN Indonesia Deposit Insurance Corporation

DANA TABUNGAN PARA NASABAH DIJAMIN OLEH LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN (UU No. 4 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan)

Maju Bersama dalam Usaha Sesuai Syariah

LAMPIRAN 9

0001814

**REKENING DITUTUP**  
TGL: 04 DEC 2018

**Suriyah**  
CABANG KUDUS

Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama Nasabah : apotek shafa farma co jalan sawah Falah  
Nomor Rekening : 110.06.00116

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk penutupan rekening tabungan atas nama kami pada  
PT BPR Syariah Suriyah Cabang Kudus.

Saldo dari rekening deposito tersebut, akan kami :  
Ambil Tunai : Rp. 3.447.963

Pindah Buku Ke Rekening : .....

Atas perhatian saudara, kami ucapkan terima kasih.

Kudus, 4 Des 2018

Hormat kami,  
(Uswatun hasannah)

Persetujuan Bank  
(Suroso)

**DIVERIFIKASI TELAH**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ghina Al-hani

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama ibu : Thoifah

Nama ayah : Anisul Fuad

Alamat : Jl ratu jaya, desa Baros, Rt 009/ Rw 001, Ketanggungan, Brebes.

No Hp :0877 7800 5176

TTL : Brebes, 06 Oktober 1997

Hobi : menggambar

Kebangsaan : Indonesia

Agama : Islam

### Latar Belakang Pendidikan

1. MI Taallimul Huda Baros
2. MTS Darul Mujahadah, Prupuk, Tegal.
3. MA Negeri 01 Batang.
4. Tamatan UIN Walisongo Jurusan D3 Perbankan, Semarang.