

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGELOLAAN DANA  
PRODUK TABUNGAN PENDIDIKAN DI BPRS BINA FINANSIA  
SEMARANG**



**TUGAS AKHIR**

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

**Oleh :**

**ANAN FAHMI SAID**

**1605015110**

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

**2020**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Telp (024)7608454 Semarang 50185  
Website: febi\_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

#### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) Eksemplar  
Hal : Naskah Tugas Akhir  
An. Anan Fahmi Said

Kepada Yth. -

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama : Anan Fahmi Said

NIM : 1605015110

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Judul : Analisis strategi pemasaran dan pengelolaan dana Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Fiansia Semarang

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera di munakosahkan. Atas perhatian bapak, saya menyampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang , 22 Juni 2020  
Pembimbing,

Arif Afendi, SE., M.Sc  
NIP. 19850526 201503 1 002



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Telp (024)7608454 Semarang 50185  
Website: febi\_walisongo.ac.id – Email: febiwalisongo@gmail.com

### PENGESAHAN

Naskah Tugas Akhir berikut ini:

Judul : Analisis Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Dana Produk Tabungan Pendidikan Pada BPRS Bina Finansia Semarang.

Nama : Anan Fahmi Said

NIM : 1605015110

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Telah diajukan dalam sidang *Munaqosah* Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan dapat di terima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Diploma dalam D3 Perbankan Syariah.

Semarang, 02 Juli 2020

Penguji I

Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.  
NIP. 196907091988032001



Penguji II

A. Turmudi, S.H., M.Ag.  
NIP. 196907082005011004

Penguji III

Mohammad Nadzir, M.Si.  
NIP. 197309232003121002

Penguji IV

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.  
NIP. 196908301994032003

Pembimbing

Arif Afendi, SE., M.Si  
NIP. 198505262015031002

## **MOTO**

Salah satu hal yang tidak bisa di daur ulang adalah waktu, dan ia bagaikan pedang, jika kamu tidak dapat memanfaatkannya, maka ia akan memanfaatkanmu.  
Manfaatkan masa sempitmu sebaik mungkin sebelum masa sempitmu.

## PERSEMBAHAN

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

*Alhamdulillah rabbil'alamin*, puja dan puji kita haturkan ke hadirat *allah subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya , sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Shaolawat dan sallah kita sanjungkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad *Sholallahu 'alaihi wasallam* yang telah menuntun kita dari jaman kegelapan menuju jaman yang terang ini, dan yang selalu kita harapkan syafa'atnya kelak di *yaumul akhir*.

Saya ucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis baik berupa moral dan moril, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini, terimakasih penulis ucapkan kepada ;

- Kepada kedua orang tua saya , Bpk. Haryadi dan Ibu Siti Maskanah yang selalu ada untuk mendukung, membimbing, mendidik, membesarkan, dan yang selalu mendoakan saya tak lekang oleh waktu, sehingga penulis bisa menjadi seperti sekarang ini.
- Kepada kakak adik serta saudara saya yang selalu memberi semangat kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- Teman-teman satu angkatan saya, khususnya Prodi D3 Perbankan Syariah yang saling memberi semangat selama perkuliahan dan saling berbagi pengetahuan dalam menimba ilmu di bangku perkuliahan.
- Saudari Nova Resviana yang selalu memberi suport selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
- Kepada Bos tempat saya bekerja dan rekan-rekan kerja saya yang telah memberi suport, dan memaklumi saya dalam jam kerja.
- Dan tak lupa kepada semua pihak yang tidak bisa di sebutkan satu-persatu , penulis sampaikan banyak terimakasih telah banyak membantu baik berupa moral ataupun moril, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

## DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : Anan Fahmi Said  
NIM : 1605015110  
Jurusan : D 3 Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini diajukan guna memenuhi syarat kelulusan pada jurusan D 3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan judul;

“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGELOLAAN DANA PRODUK TABUNGAN PENDIDIKAN DI BPRS BINA FINANSIA SEMARANG”

Adalah hasil karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang di tulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Semarang, 20 Juni 2020

  
Anan Fahmi Said  
NIM: 1605015110

## ABSTRAK

Anan, Fahmisaid. 2020. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENGELOLAAN DANA PRODUK TABUNGAN PENDIDIKAN DI BPRS BINA FINANSIA SEMARANG. Tugas Akhir. Program Studi D 3 Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pembimbing: Arif Efendi ,SE,,M.Sc

**Kata kunci:** Pemasaran Pengelolaan, Tabungan Pendidikan.

Kebutuhan manusia akan perubahan gaya hayati yang selalu berubah setiap tahun semakin modern, hal ini menjadi alasan dunia Perbankan saat ini saling berlomba memberikan pelayanan atau fasilitas dengan kemudahan seiring dengan naiknya kebutuhan manusia. Indonesia dengan mayoritas masyarakat beragama islam, menjadi peluang Perbankan Syariah yang saling berlomba menawarkan produk unggulan mereka yang berlandaskan *al-quran dan al-hadis*.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bina Finansia Semarang adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan pada hukum islam. PT. BPRS Bina Finansia telah muncul di tengah masyarakat sebagai solusi alternatif untuk memenuhi kebutuhannya . Prinsipnya adalah untuk memberikan kemudahan untuk brdagang di bawah hukum islam melalui beberapa produk, salah satunya untuk mengatur biaya pendidikan agar lebih mudah dan terencana yaitu melalui produk Tabungan Pendidikan. Penelitian ini, penulis gunakan metode diskriptif, metode study kepustakaan untuk pengumpulan data, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian pada saat magang, penulis memfokuskan pada produk Tabungan Pendidikan, dengan judul penelitian Analisis Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Dana Produk Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang.

Tabungan Pendidikan adalah tabungan yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqoh*, pemasaran juga bisa di katakan cukup terbatas dengan pangsa pasarnya hanya instansi pendidikan, kemudian juga pengelolaanya karna tidak dapat di ambil sewaktu-waktu dan berjangka. Karnanya Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemasaran serta pengelolaan Tabungan Pendidikan, kemudian untuk mengetahui manfaat serta fungsi baik untuk nasabah ataupun pihak bprs, dan bagaimanakah pandangan ekonomi islam terhadap Tabungan Pendidikan ini.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil alamin, segala pujian yang sempurna hanya patut kita ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat serta hidayahnya , alhamdulillah akhirnya penulis dapat mengakhiri Tugas Akhir ini tanpa halangan yang berarti. Tak lupa kita curahkan sholawat serta salam kepada panutan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju zaman modern ini. Struktur Tugas Akhir ini di rancang sesuai persyaratan akademik Hukum Islam dan Program Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam prodi D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penelitian ini penulis membahas tentang “Analisis Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Dana Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang”

Kesuksesan dalam menyelesaikan penelitian ini, tidak dapat di pisahkan dari dukungan dan motivasi baik materil ataupun moral, berlipat terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Bapak prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saefullah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. A. Turmudi, SH. M.Ag., selaku Ketua Progam Studi D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan selama penyusunan Tugas Akhir.
4. Bapak Arif Efendi, SE,. M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian dalam mengarahkan penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Kedua Orang Tua penulis, Bpk. Haryadi dan Ibu Siti Maskanah serta Kakak dan Adik yang selalu menjadi motivasi penyemangat dalam menghadapi cobaan.
6. Seluruh keluarga besar BPRS Bina Finansia Semarang.
7. Pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian naskah Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan yang harus di perbaiki . Oleh karenanya , penulis sangat berharap dan bersedia menerima kritik saran yang positif dari semua pihak pembaca guna kemaslahatan bersama. Akhir kata penulis berharap penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak, terutama di bidang Perbankan Syariah.

Semarang, 20 Juni 2020

Penulis

Anan Fahmi Said  
NIM: 1605015110

## DAFTAR ISI

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

### BAB I : PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	8
C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN.....	9
D. TINJUAN PUSTAKA.....	9
E. METODELOGI PENELITIAN.....	10
F. SISTEMATIKA PENULISAN.....	12

### BAB II : LANDASAN TEORI

A. STRATEGI PEMASARAN.....	14
1. Definisi Strategi.....	14
2. Definisi Pemasaran.....	15

3. Strategi Pemasaran.....	17
4. Strategi Pemasaran Syariah.....	23
5. Tipe tipe strategi pemasaran.....	24
B. PENGELOLAAN DANA PERBANKAN SYARIAH.....	25
C. TABUNGAN PENDIDIKAN.....	28
1. Tabungan.....	28
2. Pendidikan.....	29
D. AKAD TABUNGAN PENDIDIKAN.....	30
E. LANDASAN SYARIAH.....	30
F. LANDASAN HUKUM.....	31

### BAB III : GAMBARAN UMUM PT. BPRS BINA FINANSIA SEMARANG

A. SEJARAH PT. BPRS BINA FINANSIA SEMARANG.....	33
B. VISI DAN MISI PT BPRS BINA FINANSIA SEMARANG.....	33
C. TUJUAN PENDIRIAN.....	33
D. MANFAAT YANG INGIN DI CAPAI.....	34
E. STRATEGI BPRS.....	34
F. SASARAN BPRS.....	35
G. STRUKTUR ORGANISASI.....	36
H. SISTEM DAN PRODUK BPRS.....	38

### BAB IV : PEMBAHASAN

A. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BPRS BINA FINANSI SEMARANG KANTOR KAS MIJEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH TABUNGAN PENDIDIKAN.....	42
--	----

1. Karakteristik Tabungan Pendidikan.....	42
2. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pendidikan.....	43
B. PENGELOLAAN DANA TABUNGAN PENDIDIKAN BPRS BINA FINANSIA SEMARANG.....	49
1. Pembiayaan Modal Kerja dengan <i>Akad Mudharabah</i> .....	50
2. Pembiayaan untuk Investasi dengan <i>Akad Murabahah</i> .....	51
3. Pembiayaan Konsumtif dengan <i>Akad Ijarah</i> .....	52
4. Pembiayaan Multijasa dengan <i>Akad Ijarah</i> .....	53

## BAB V : PENUTUP

A. KESIMPULAN.....	58
B. SARAN.....	59
C. PENUTUP.....	59

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berdirinya perbankan syariah di dasarkan pada kehadiran dua gerakan *renaissance islam modern : neorevivalis dan modernis*. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini merupakan bentuk upaya umat islam untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al Qur'an dan As-Sunah.

Pada sekitar tahun 1940-an di Malaysia dan Pakistan menerapkan sistem *profit dan loss sharing* yaitu adanya upaya pengelola dana jama'ah haji secara nonkonvensional. Perintisan *institutional* lainnya adalah *islamic rural bank* di desa Mit Ghamr pada tahun 1963 di Kairo, Mesir. Setelah dua rintisan awal yang cukup sederhana itu bank islam tumbuh dengan sangat pesat. Sesuai dengan analisa Prof. Khursid Ahmad dan laporan *International Association Of Islamic Bank*, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari 200 lembaga keuangan islam yang beroperasi di seluruh dunia, baik di Negara-Negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia, dan Amerika<sup>1</sup>.

Pada awal periode 1980-an berkembangnya bank-bank syariah di negara negara islam berpengaruh ke Indonesia, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar Ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawam Rahardjo, A.M. Saefudin, M.Amen Aziz, dan lain-lain. Beberapa ujicoba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Diantaranya adalah Baitul Tamwil-Salman, Bandung, yang tumbuh mengesankan.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Cisarua, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada musyawarah nasional ke-4 MUI yang berlangsung di Hotel Syahid Jaya, Jakarta tanggal 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat munas ke-4 MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia. Kelompok kerja

---

<sup>1</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, "Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik, Jakarta, Gema Insani Press 2001, H, 18

tersebut disebut dengan tim perbankan MUI, bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak yang terkait<sup>2</sup>.

Pada tanggal 1 November 1991 awal mula ditanda tangannya akta pendirian bank muamalat Indonesia yang merupakan bank islam pertama di Indonesia. Pada awal berdirinya bank Muamalat di Indonesia, keberadaan bank syariah ini belum mendapat perhatian yang optimal dalam tatanan industri Perbankan Nasional. Landasan hukum operasi bank yang menggunakan sistem syariah ini hanya dikategorikan sebagai bank dengan sistem bagi hasil, tidak terdapat rincian landasan hukum syariah serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan<sup>3</sup>

Bank sebagai lembaga perantara jasa keuangan (*financial intermediary*), yang memiliki tugas pokok antara lain, menghimpun dana dari masyarakat, diharapkan dengan dana tersebut dapat memenuhi kebutuhan dana pembiayaan yang tidak disediakan oleh dua lembaga sebelumnya (swasta dan Negara). Indonesia sebagai Negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, telah lama mendambakan kehadiran system lembaga keuangan yang sesuai tuntutan kebutuhan tidak sebatas *financial* namun juga tuntutan moralitasnya. Sistem bank mana yang dimaksud adalah perbankan yang terbebas dari praktik bunga (*free interest banking*). Sistem bank bebas bunga atau disebut pula bank islam atau bank syari'ah, memang tidak khusus diperuntukkan untuk sekelompok orang namun sesuai landasan Islam yang "*Rahmatal lil 'alamin*", didirikan guna melayani masyarakat banyak tanpa membedakan keyakinan yang dianut. Oleh karena itu, penulis membuat ini bermaksud agar para pembaca lebih memahami tentang Bank Syari'ah, terlebih dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPR-Syariah) adalah salah satu lembaga keuangan perbankan syariah, yang pola operasionalnya mengikuti prinsip-prinsip syariah ataupun muamalah islam. Bank Perkreditan Rakyat Syariah sendiri berdiri berdasarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang Bank, Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil. Pada pasal 1 (butir 4) UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa BPRS adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

---

<sup>2</sup>Muhammad Syafi Antonio, "*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta ,Gema Insani Press 2001,h.24

<sup>3</sup> *Ibid*,h.26

Bank Perkreditan Rakyat yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, secara teknis BPR Syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah terutama bagi hasil. Istilah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dikenalkan pertama kali oleh Bank Rakyat Indonesia (BRI) pada akhir tahun 1977, ketika BRI mulai menjalankan tugasnya sebagai Bank pembina lumbung desa, bank pasar, bank desa, bank pegawai dan bankbank sejenis lainnya. Pada masa pembinaan yang dilakukan oleh BRI, seluruh bank tersebut diberi nama Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Menurut Keppres No. 38 tahun 1988 yang dimaksud dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah jenis bank yang tercantum dalam ayat (1) pasal 4 UU. No. 14 tahun 1967 yang meliputi bank desa, lumbung desa, bank pasar, bank pegawai dan bank lainnya. Status hukum Bank Perkreditan Rakyat (BPR) pertama kali diakui dalam pakto tanggal 27 Oktober 1988, sebagai bagian dari Paket Kebijakan Keuangan, Moneter, dan perbankan. Secara historis, BPR adalah penjelmaan dari beberapa lembaga keuangan, seperti Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai Lumbung Pilih Nagari (LPN), Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Badan Kredit Desa (BKD), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Desa (BKPD) dan atau lembaga lainnya yang dapat disamakan dengan itu. Sejak dikeluarkannya UU No. 7 tahun 1992 tentang Pokok Perbankan, keberadaan lembaga-lembaga keuangan tersebut status hukumnya diperjelas melalui ijin dari Menteri Keuangan.

Dalam perkembangan selanjutnya perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat yang tumbuh semakin banyak dengan menggunakan prosedur-prosedur Hukum Islam sebagai dasar pelaksanaannya serta diberi nama BPR Syariah. BPR Syariah yang pertama kali berdiri adalah PT. BPR Dana Mardhatillah, kec.Margahayu, Bandung, PT. BPR Berkah Amal Sejahtera, kec.Padalarang, Bandung dan PT. BPR Amanah Rabbaniyah, kec.Banjaran, Bandung. Pada tanggal 8 Oktober 1990, ketiga BPR Syariah tersebut telah mendapat ijin prinsip dari Menteri Keuangan RI dan mulai beroperasi pada tanggal 19 Agustus 1991<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> <https://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkreditanrakyat-bpr-syariah/> 28/04/2020/10.56

Selain itu, latar belakang didirikannya BPR Syariah adalah sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijakan keuangan, moneter, dan perbankan secara umum. Secara khusus mengisi peluang terhadap kebijakan bank dalam penetapan tingkat suku bunga (*rate of interest*) yang selanjutnya secara luas dikenal sebagai sistem perbankan bagi hasil atau sistem perbankan Islam dalam Skala *Outlet Retail Banking (Rural Bank)*.

UU No.10 Tahun 1998 yang merubah UU No.7 Tahun 1992 Tentang Perbankan nampak lebih jelas dan tegas mengenai status perbankan syariah, sebagaimana disebutkan dalam pasal 13, Usaha Bank Perkreditan Rakyat. Pasal 13 huruf C berbunyi: Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia. Keberadaan BPRS secara khusus dijabarkan dalam bentuk SK Direksi BI No. 32/34/Kep/Dir, tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Umum berdasarkan Prinsip Syariah dan SK Direksi BI No. 32/36/Kep/Dir, tertanggal 12 Mei 1999 dan Surat Edaran BI No. 32/4/KPPB tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah.

Perkembangan bank syariah dari awal keberadaannya hingga November 2001 terdapat 81 BPRS. BPRS tersebut distribusi jaringan kantor tersebar pada 18 provinsi yang berada di Indonesia. Karena dengan adanya BPRS memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Ekonomi Islam khususnya serta kesejahteraan masyarakat kalangan bawah<sup>5</sup>.

Seperti yang kita tahu Indonesia Bank Perkreditan Rakyat Syariah telah berkembang pesat, salah satu di antaranya adalah BPRS BINA FINANSIA SEMARANG yang merupakan salah satu lembaga keuangan di Semarang yang berbasis syariah. Masyarakat kota Semarang yang penduduknya mayoritas beragama Islam terutama masyarakat menengah kebawah membutuhkan lembaga keuangan yang berbentuk BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah) untuk mengembangkan ekonominya karena BPRS akan memberikan kontribusi yang positif bagi hadirnya pengembangan ekonomi khususnya bagi masyarakat muslim menengah ke bawah.

---

<sup>5</sup> *Ibid*

Tujuan didirikannya yaitu memberikan pembiayaan kepada umat yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap pengembangan ekonomi dan kesejahteraan umat dalam bentuk peningkatan asset dan penyerapan tenaga kerja dan menumbuhkan potensi dana simpanan masyarakat di BPRS baik bersumber dari dana *idle* maupun pengalihan dari lembaga keuangan konvensional, maka BPRS Bina Finansia menawarkan beberapa produk tabungan unggulan, diantaranya tabungan taharoh, tabungan pendidikan, tabungan jumroh, dan tabungan taharoh khusus. Dari beberapa produk tabungan tersebut, tabungan pendidikan termasuk dalam produk yang memiliki banyak peminat di Daerah Mijen, Semarang khususnya, karena mengingat pengembangan ekonomi dan kesejahteraan umat tak bisa dipisahkan dari pendidikan. Tabungan pendidikan mempermudah masyarakat untuk mengatur perencanaan biaya pendidikan untuk anak - anak mereka sampai jenjang yang diinginkan.

Menabung untuk persiapan biaya pendidikan anak-anak di bank syari'ah adalah langkah yang tepat untuk melaksanakan firman Allah dalam Qur'an surah An nisaa' ayat 93 :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُوا  
لِوَأَقْوِلَآسِدِيْدًا (٩٣)

*"... Dan hendaklah takut kepada Allah wahai orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar ..."*

Inti dari ayat ini adalah bahwa kita harus mempersiapkan generasi penerus kita agar menjadi generasi yang tangguh dan mampu menyelesaikan masalah pada jamannya.

Dalam hal ini tabungan pendidikan menggunakan akad mudhorobah muthlaqah yang bertujuan memenuhi kebutuhan pendidikan dimasa depan dengan sistem bagi hasil yang menguntungkan. Mudhorobah muthlaqoh adalah bentuk kerjasama antara shohibul maal dan mudhoriib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha khusus, waktu, dan daerah bisnis. Keuntungan usaha dibagi menurut kesepakatan dan dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian bukan diakibatkan

oleh kesalahan pengelola dana. Seandainya terjadi kerugian dan itu merupakan kelalaian dari pengelola maka pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.<sup>6</sup> Seperti tercantum dalam firman ALLAH SWT dalam surah Al Muzzammil ayat 20;

وَعَاخِرُونَ يَصْنَعُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَخُونُ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَعَاخِرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ  
(٢٠)

“... dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT ...”.

Yang menjadi argumen dari surah al muzzammil ayat 20 adalah kata kata *yadhribun* yang sama dengan akar kata *mudharabah* yang berarti melakukan suatu perjalanan usaha.<sup>7</sup>

Akad *mudharabah muthlaqah* yang digunakan bank dan nasabah penabung ketika melakukan transaksi pembukaan Tabungan Pendidikan ini adalah perjanjian kerjasama antara dua pihak yang dalam perjanjian ini satu pihak yaitu nasabah penabung sebagai pemodal atau *shahibul maal* dan pihak lainnya yaitu bank sebagai pengelola modal atau *mudharib*. Pada Akad *mudharabah muthlaqah* ini nasabah penabung sebagai pemodal tidak berhak ikut campur mengatur bagaimana pengelola modal yaitu bank mengelola modal, artinya, cara pengelolaan modal mutlak hak bank sebagai pengelola modal. *Nishbah* bagi hasil yang diberikan kepada nasabah setara dengan deposito jangka waktu 3 bulan.

Pengelolaan tabungan pendidikan juga harus diperhatikan pengelolaannya karena segala pekerjaan atau program hanya akan dapat tercapai hasil yang baik jika dikelola dengan baik, karena kedua hal tersebut sangat penting dan saling berkaitan untuk dapat mencapai tujuan yang di inginkan, dengan demikian maka penulis hanya memfokuskan pada segi pemasaran dan pengelolaan dana.

BPRS Bina Finansia menerapkan beberapa terobosan dalam segi pemasaran produk, salah satu upaya yang telah dilakukan untuk memperluas pangsa pasarnya adalah seperti layanan *Pick Up Service* yaitu sistem yang di mana pihak Bank mencari nasabah dengan mendatangi nasabah satu persatu sehingga secara perlahan masyarakat menjadi percaya dan yakin pada lembaga kita juga dapat membantu

---

<sup>6</sup> Muhammad syafi“I Antonio, *bank syariah dari teori dan praktik*, h, 1 96

<sup>7</sup> *Ibid*, h.6

masyarakat yang ingin menyalurkan dananya meskipun dalam keadaan sibuk, namun nasabah tetap dapat menyisihkan dananya untuk ditabungkan dalam produk-produk tabungan BPRS Bina Finansia khususnya tabungan pendidikan.

Berdasarkan data dan informasi yang kami peroleh pada saat magang memang metode ini bisa di katakan efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah, namun secara keseluruhan yang kami dapat, mereka hanya bergantung pada metode ini, sedangkan masih banyak upaya yang bisa mereka terapkan dalam memperluas pangsa pasar, seperti contoh; memanfaatkan internet. BPRS Bina Finansia semarang khususnya cabang mijen bisa di katakan belum memanfaatkan internet secara maksimal, hal ini bisa di lihat dari wibsite yang belum mereka meiliki, memang ada beberapa perusahaan khususnya di bidang financial tidak menerapkan hal ini, namun di jaman sekarang di mana internet adalah sebuah pilar perekonomian hal ini bisa di kategorikan ke dalam langkah yang penting dari bagian strategi pemasaran. Di jaman internet ini seharusnya sebuah lembaga khususnya di bidang finansial memiliki wibsite, atau akun media sosial seperti facebook, instagram, dll, yang bisa di akses oleh pengguna jasa atau nasabah khususnya di bidang perbankan, yang bisa di manfaatkan secara maksimal, sehingga masyarakat yang ingin menggunakan jasa dari perusahaan tersebut bisa percaya dan tidak menimbulkan keraguan. Kemudian dari segi promosi tertulis seperti brosur dan sepanduk yang biasa kita jumpai di jalan, dalam hal ini mereka juga belum memanfaatkan secara maksimal, hal ini bisa di ketahui dari beberapa hal. Contoh, setelah saya kroscek pada saat magang, di lingkungan BPRS tersebut beberapa masyarakat sekitar belum mengetahui adanya BPRS Bina Finasia di lingkungan mereka, padahal jarak mereka tidak jauh dari BPRS tersebut, dari sisi lokasi BPRS yang cukup strategis. bagaimana hal seperti ini bisa terjadi kalo bukan dari segi pemasaraanya yang belum maksimal?

Untuk menunjang keberhasilan dari produk ini, Pengelolaan dana yang baik juga sangat penting. Pengelolaan dana yang baik dari dana yang di salurkan masyarakat sangatlah penting karena hanya dengan pengelolaan yang baiklah suatu bank akan dapat memperoleh keuntungan dan pada gilirannya bank akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena sebagian keuntungan yang diperoleh bank akan diberikan kepada masyarakat penabung melalui sistem bagi hasil.

Pengelolaan dana tabungan perlu ketahui baik bagi semua karyawan maupun masyarakat sehingga dapat dicapai hasil yang lebih maksimal, dan keburukannya perlu ditemukan agar dapat meminimalisir kerugian. Dengan meneliti pengelolaan produk dana Tabungan Pendidikan ini diharapkan bisa ditemukan kelebihan dan kekurangan pengelolaannya, serta dapat ditemukan keutamaan Tabungan Pendidikan yang bisa ditonjolkan agar masyarakat tertarik untuk membuka Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang.

Setrategi pemasaran dan pengelolaan dana adalah suatu sinergi yang saling berkaitan agar produk Tabungan Pendidikan itu sendiri dapat berjalan dan tercapainya tujuan dan manfaatnya. Semakin baiknya strategi pemasaran dan pengelolaan produk yang diterapkan pada suatu perusahaan, maka juga akan menentukan mutu perusahaan itu sendiri karena dapat mempengaruhi jumlah nasabah serta pendapatan bank tersebut.

Dengan latar belakang seperti yang telah dijelaskan diatas maka penelitian ini akan membahas judul penelitian mengenai **“Analisis Strategi Pemasaran Dan Pengelolaan Dana Produk Tabungan Pendidikan Di BPRS Bina Finansia Semarang”**.

#### B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui;

- a. Bagaimana analisis strategi pemasaran produk Tabungan Pendidikan yang dilakukan BPRS Bina Finansia Semarang Kantor Kas Mijen guna meningkatkan nasabah ?
- b. Bagaimana pengelolaan produk dana Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang Kantor Kas Mijen?

#### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan masalah dalam penelitian ini adalah;

- a. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran tabungan pendidikan pada BPRS Bina Finansia Semarang Kantor Kas Mijen guna meningkatkan nasabah.
- b. Untuk mengetahui pengelolaan produk Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang Kantor Kas Mijen.

#### D. Manfaat

- a. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan serta sebagai bentuk penerapan teori yang didapat dibangku kuliah dengan realita yang ada, serta dapat memberi

pengetahuan mengenai strategi pemasaran dan prosedur pengelolaan dana produk Tabungan Pendidikan yang dilakukan oleh BPRS Bina Finansia Semarang.

b. Bagi BPRS Bina Finansia Semarang

Diharapkan dapat menjadi masukan yang positif bagi BPRS guna kemajuan BPRS Bina Finansia Semarang khususnya Kantor Kas Mijen agar menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya.

c. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk lebih mengenal produk dan profil BPRS Bina Finnsia serta jasa-jasa yang tersedia di BPRS Bina Finansia Semarang.

d. Bagi program studi D3 Perbankan Syariah

Sebagai tambahan referensi dan informasi, mengenai strategi pemasaran dan pengelolaan dana produk Tabungan Pendidikan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan telaah pustaka dan penelitian-penelitian terdahulu, antara lain :

1. Tugas akhir berkenaan dengan strategi pemasaran yakni penelitian yang ditulis oleh Nur Hasan Mudzakir pada tahun 2014 yang berjudul Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Adapun metode pengumpulan data penelitian berdasarkan, interview, observasi dan dokumtasi. Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa strategi pemasaran BMT Harapan Ummat Kudus pada produknya yaitu dengan menggunakan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* selain mengembangkan bauran. Yang menjadi keunggulan dari strategi pemasaran ini adalah penggunaan strategi jemput bola dengan mendatangi nasabah secara langsung untuk menghimpun dana.<sup>8</sup>
2. Penelitian yang di lakukan oleh Zamillatul Millah dengan judul Pengelolaan Produk Dana Tabungan Pendidikan DI PT. BPRS PNM BINAMA SEMARANG pada tahun 2016. Penelitian tersebut membahas tentang prosedur

---

<sup>8</sup> Nur Hasan Mudzakir, "Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus", Tugas Akhir, Semarang: uin walisonggo, 2014.

pengelolaan dana yang baik, dengan cara menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk pembiayaan yang digolongkan menjadi empat yaitu: Pembiayaan modal kerja, Pembiayaan investasi, Pembiayaan konsumtif, dan Pembiayaan multijasa. Transaksinya dengan menggunakan akad mudharabah, murabahah, dan ijarah. Pilihan ini adalah kebijakan yang tepat, sesuai kebutuhan masyarakat dan tidak melanggar syari'at. Dalam pembiayaan, akad *mudharabah* bisa dipahami sebagai perjanjian kerjasama yang satu pihak yaitu bank bertindak sebagai pemodal dan pihak lain yaitu pemohon dana bertindak sebagai pengelolanya. Pembagian keuntungan berdasar pada bagi hasil yang perbandingannya disebut *nishbah*.<sup>9</sup>

## F. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa penelitian, antara lain :

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian di lapangan dan atau pada responden (*field research*). Jenis penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, repsepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah dan memanfaatkan sebagai metode alamiah.<sup>10</sup>

### 2. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan untuk penelitain ini di bagi menjadi dua, yaitu :

#### a. Data Premier

Data primer merupakan data yang di peroleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti atau hubunganya dengan yang diteliti. Dalam penelitian tugas akhir ini adalah penelitian yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang di teliti yang mengambil informasi personal di lapangan.<sup>11</sup>

#### b. Data Sekunder

Data skunder adalah data primer yang di peroleh lebih lanjut dan disajikan baik pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data

---

<sup>9</sup> Zamilatul Millah, "Analisis Pengelolaan Dana Tabungan Pendidikan BPRS PNM BINAMA", Tugas Akhir, Semarang, UIN Walisongo, 2016.

<sup>10</sup> Lexy J Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosada karya, 2006, h.6

<sup>11</sup> Mohpabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta : PT Bumi Aksara, cet Ke-1, 2006 h.57

penelitian sekunder yang di dapat dalam penyusunan tugas akhir ini adalah dokumen-dokumen dan buku yang berhubungan langsung pokok yang berkaitan langsung dengan penelitian.<sup>12</sup>

c. Metode Pengumpulan Data

Dalam penyusunan sebuah penelitian data merupakan suatu yang sangat penting, oleh karna itu data yang dikumpulkan harus akurat, relevan, dan komprehensif bagi persoalan yang teliti, dalam pengumpulan, terdapat beberapa metode yang digunakan di antaranya sebagai berikut :

1) Observasi

Metode pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap objek penelitian untuk melihat lebih jelas kegiatan yang dilakukan. Dalam hal ini penulis akan melakukan pengamatan secara langsung mengenai Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finasia Semarang.

2) Metode Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses Tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban di berikan oleh yang di wawancarai. Data yang diharapkan oleh peneliti adalah hal-hal yang berkaitan dengan Tabungan Pendidikan.

3) Dokumentasi

Metode dokumentasi ini bertujuan untuk memperluas informasi yang di dapat untuk tujuan penelitian. Dalam hal ini penulis memanfaatkan arsip berkas, sejarah, visi misi dan dokumentasi bersama nasabah di BPRS Bina Finansia.

d. Metode Analisa Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan unit-unit, melakukan sintesa menyusun kedalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga

---

<sup>12</sup> Narbuko Colid dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009, h.80-84

mudah dipahami diri sendiri maupun orang lain.<sup>13</sup> Peneliti menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus, yang mempunyai sifat umum sehingga peneliti mencari data atau fakta yang terjadi di dalam BPRS Bina Finansia Semarang.

#### G. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian Tugas Akhir ini terdiri atas lima bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub pembahasan. Adapun uraian pada setiap bab adalah sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai beberapa hal yang mendasari penelitian ini, di antaranya yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian yang digunakan, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini landasan teori dan referensi yang menjadi landasan dalam mendukung penelitian Tugas Akhir. Bab ini menjelaskan tentang landasan teori strategi pemasaran dan Prosedur pengelolaan dana.

##### **BAB III GAMBARAN UMUM PT BPRS PNM BINAMA**

Dalam bab ini meliputi profil, struktur organisasi, visi dan misi, tujuan pendirian, pelayanan dan produk di BPRS Bina Finansia.

##### **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisi tentang pembahasan bagaimana prosedur dalam pelaksanaan strategi pemasaran dan pengelolaan dana produk Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finansia Semarang.

##### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini penulis memberikan kesimpulan yang di ambil berdasarkan pada analisis data penelitian yang telah dilakukan, dan berisikan saran yang disusun dari hasil kesimpulan tersebut..

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

---

<sup>13</sup> Sugiono, *Metodologi Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Bandung : Alfabeta, 2013, cet Ke-18, h.335

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. STRATEGI PEMASARAN

#### 1. Definisi Strategi

Perumusan misi dan tujuan, termasuk rencana untuk mencapai tujuan organisasi secara eksplisit dengan mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh kekuatan diluar organisasi secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi adalah pengertian dari strategi menurut Antony, Parrewe dan Kacmar. (Nainggolan, 2008).

Tjiptono menyebutkan strategi dalam bahasa Yunani yaitu seni atau ilmu untuk menjadi sorang jendral. Selain itu pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada suatu daerah dalam rangka mencapai tujuan, disebut juga dengan strategi.

Strategi menurut Stephanie K. Marrus (1995) diartikan sebagai proses penentuan rencana yang disertai penyusunan cara, langkah-langkah, ataupun upaya dalam rangka mencapai tujuan dengan berbagai cara yang berfokus pada tujuan jangka panjang suatu organisasi.

Menurut Hamel dan Prahalad (1995), strategi itu cara untuk mencapai tujuan yang dilakukan secara terus menerus dengan inovasi yang menarik tidak monoton berdasarkan sudut pandang pelanggan. Perusahaan perlu mempersiapkan banyak strategi untuk menghadapi perubahan pola pelanggan atau konsumen yang bisa berubah secara cepat. Perusahaan perlu mencari kompetensi inti didalam bisnis yang dilakukan.<sup>14</sup> Strategi di bagi menjadi dua komponen pokok yaitu :

##### a. Strategi Korporat

Sumber keunggulan kompetitif strategi korporat berasal dari sumber daya manusia atau disebut finansial superio, supaya proses sinergi organisasional lebih baik dibandingkan pesaing dalam semua industri yang digeluti. Sumber energi dari strategi korporat adalah sumber daya manusia, teknologi, kompetensi fungsional yang dibagi antar bisnis dalam perusahaan. Strategi yang beorientasi pada pengembangan secara makro

---

<sup>14</sup> Umar husein, *Strategic Management in Action*, Jakarta: PT, Gramedia Pustaka Utama, 2001

adalah strategi korporat. Tujuan dari strategi korporat sendiri dapat berkontribusi bagi para *stakeholder*.

b. Strategi Bisnis

Tujuan strategi bisnis menggabungkan semua *product market entry*, meningkatkan produk pasar baru dan memperkuat basis keunggulan kompetitif. Kompetensi fungsional antar pasar produk dalam sebuah industri merupakan sumber energi dari strategi bisnis. Kebijakan dan pedoman yang menetapkan sebuah industri dan khususnya yang menjadikan landasan untuk membangun keuntungan persaingan adalah pengertian dari strategi bisnis.<sup>15</sup>

2. Definisi Pemasaran

Perkembangan sosial dan manajerial yang mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang di butuhkan dengan membuat produk, menggantikan produk dan nilai dengan pihak lain merupakan definisi pemasaran menurut Philip Kotler.

Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, setiap perusahaan perlu melakukan penelitian pemasaran, karena dengan melakukan penelitian pemasaran akan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya. Dengan begitu pemasaran adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabah terhadap produk dan jasa.<sup>16</sup>

Dalam menjalin, mengembangkan, dan mengkomersialisasikan hubungan dengan pelanggan dalam jangka panjang dengan sedemikian rupa, sehingga tujuan masing-masing pihak dapat terpenuhi, hal ini dilakukan melalui proses pertukaran dan saling memenuhi janji merupakan tujuan dari pemasaran itu sendiri. Pemasaran juga mempunyai beberapa fungsi yaitu; pembentukan kontak (*establishment of contact*), mengorganisasikan dan mengarahkan semua aktivitas bisnis yang terlibat dalam upaya menilai dan mengubah daya beli pelanggan menjadi permintaan efektif akan produk atau jasa spesifik, dan memindahkan produk atau jasa ke konsumen atau pemakai akhir sedemikian rupa sehingga mencapai target keuntungan atau rangkaian tujuan perusahaan lainnya, memprakasai, menegosiasikan dan mengelola relasi pertukaran dengan *key interest group* dalam rangka mewujudkan keunggulan bersaing,

---

<sup>15</sup> Fandy tjipto, *strategi pemasaran*, Yogyakarta : Andi 2015, Hal.19

<sup>16</sup> Kasmir, SE., MM, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Predana Media Group, 2010, Hal.53

berkesinambungan dalam pasar-pasar spesifik, memastikan bahwa setiap aspek organisasi berfokus pada relasi pelanggan, dengan jalan menyampaikan nilai superior, serangkaian proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyampaikan nilai bagi para pelanggan, serta mengelola relasi pelanggan sedemikian rupa sehingga memberikan manfaat bagi organisasi dan para *stakeholder* nya.<sup>17</sup>

Terdapat beberapa tahapan dalam proses pemasaran antara lain;

a. Menganalisis Peluang Pasar

Peluang pasar harus ditinjau dan dilakukan pemilahan mana yang lebih tepat dengan tujuan perusahaan. Dalam prosesnya tahap dari pemasaran yang harus pertama kali dilakukan adalah menelaah peluang pasar yang kemungkinan dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaan tersebut.

b. Meneliti dan memilih pasar sasaran

Suatu perusahaan perlu tahu cara mengukur dan memperkirakan ukuran daya tarik suatu pasar. Perusahaan perlu memperkirakan ukuran pasar keseluruhannya, pertumbuhannya, tingkat labanya dan resikonya.

c. Strategi peningkatan posisi persaingan

Dalam tahap ini perusahaan harus mempunyai pandangan atau keputusan mengenai produk (barang atau jasa) apa yang ditawarkan kepada sasaran pasar.<sup>18</sup> Di samping itu, perusahaan juga harus mempertimbangkan dan berjagajaga atas penawaran dari perusahaan saingan yang ada.

d. Mengembangkan rencana pasar

Usaha pengembangan ini diperlukan karena keberhasilan perusahaan terletak pada kualitas rencana pemasaran, baik yang bersifat jangka panjang maupun jangka pendek yang diperlukan untuk mengarahkan kegiatan untuk mencapai sasaran pasar. Dalam rencana pemasaran di dalamnya memuat tujuan, taktik dan strategi yang digunakan untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi perusahaan dalam menghadapi saingan.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Fandy tjipto, *strategi pemasaran*, Yogyakarta : Andi 2015, Hal.12

<sup>18</sup> Huseinbumar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, h. 78.

<sup>19</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada 2014, h 197

- e. Menetapkan dan melaksanakan rencana pemasaran yang telah disusun dan mengendalikannya.

Pendekatan yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari organisasi atau perusahaan kepada para nasabah yang akadnya berdasarkan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam adalah definisi dari pemasaran syariah. Dalam ketentuan bisnis Islami yang tertuang dalam ajaran fiqh menyebutkan, bahwa umat Islam tidak boleh melakukan kegiatan bisnis dalam hal yang diharamkan ataupun menghalalkan hal yang haram.

### 3. Strategi Pemasaran

Ujung tombak dari sebuah usaha perusahaan disebut dengan pemasaran. Sedangkan institusi, prosedur, hubungan sosial, dan infrastruktur dimana didalamnya dapat dijadikan sebagai tempat usaha menjual barang dan jasa adalah pasar. Sehingga dapat disimpulkan strategi pemasaran adalah bagaimana cara mengidentifikasi kondisi yang dapat memberikan keuntungan terbaik untuk membantu menenangkan persaingan pasar.

Strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan kondisi saat ini atau tidak. Hasil dari penilaian tersebut digunakan sebagai dasar untuk menentukan apakah strategi yang sedang dijalankan perlu dirubah atau tidak, sekaligus digunakan sebagai landasan untuk menyusun atau menentukan strategi yang akan dijalankan pada masa yang akan datang. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dari lingkungannya.

Seperangkat alat yang dapat digunakan pemasaran untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan disebut dengan buaran pasar atau *marketing mix*. Alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran yang semuanya ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang dipilih.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty 2002, h. 246.

Perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran merupakan pengertian dari bauran pasar. Bauran pemasaran harus dibuat secara menyeluruh dan terarah dengan baik, sesuai dengan kondisi strategi *marketing* yang telah ditetapkan.

Konsep bauran pemasaran jasa meliputi tujuh P dan I (*product, price, promotion, place, people, physical evidence, process, dan intangible*).<sup>21</sup>

a. *Product* / Produk

Di dalam *marketing mix*, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Produk merupakan bentuk penawaran perusahaan yang ditujukan untuk mencapai tujuan perusahaan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam konteks ini, produk dapat berupa apa saja (barang atau jasa) yang dapat ditawarkan kepada pelanggan potensial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang melalui peningkatan penjualan. Sedangkan faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam merencanakan strategi produk adalah mutu atau kualitas, penampilan, pilihan yang ada, gaya, merek, pengemasan, ukuran, jenis, jaminan, dan pelayanan.

b. *Price* / Harga

Harga merupakan satu-satunya elemen pendapatan dalam *marketing mix*. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan.<sup>22</sup> Strategi harga jasa adalah menghitung dan merumuskan nilai atau penentuan harga dari produk jasa yang akan dipasarkan. Dalam strategi menetapkan harga perlu

---

<sup>21</sup> Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat 2013, h. 171.

<sup>22</sup> Lupiyoladi, Rambat. *Manajemen Pemasaran jasa, Teori dan Praktek.*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001, h. 58

memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung.

Penetapan harga akan menjadi sangat penting terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan permintaan. Sedangkan faktor yang tidak langsung namun erat hubungannya dengan penetapan harga adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing dan potongan untuk penyalur dan konsumen. Faktor yang mempengaruhi secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah, dan faktor lainnya. Persaingan yang semakin tajam dewasa ini sangat terasa dalam pasar. Pembeli mempunyai peranan harga yang sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar yang tercermin dalam target pasar perusahaan.

Tujuan penetapan harga adalah memaksimalkan penjualan dan penetrasi pasar, mempertahankan kualitas atau differensiasi pelayanan, mendapatkan atau memaksimalkan keuntungan, mendapatkan atau merebut pangsa pasar, menjaga kelangsungan hidup kegiatan operasional dan balik modal. Dengan kata lain, penetapan harga mempengaruhi kemampuan bersaing perusahaan dan kemampuan mengenai konsumen. Harga yang tinggi sering dianggap pelanggan berkorelasi positif dengan kualitas yang juga tinggi.

Oleh karena itu, penentuan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam sebuah Bank merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik nasabah. ketika jasa yang dihasilkan oleh suatu Bank mampu memberikan nilai tambah (keuntungan) lebih dari lembaga keuangan lainnya pada saat ini, berarti harga yang ditawarkan Bank tersebut mampu bersaing dan bahkan berhasil mengungguli lembaga keuangan lainnya.

c. *Place* / Tempat saluran distribusi

Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan konsumen pada waktu yang tepat. Keputusan distribusi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Keputusan tersebut meliputi keputusan lokasi fisik di mana sebuah perusahaan harus didirikan.

Tujuan dari strategi tempat adalah untuk menyalurkan produk dan mengusahakan produk perusahaan dapat dicapai konsumen sasarannya. Penetrasi pasar perusahaan tidak akan berhasil tanpa didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen, karena lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah dalam berhubungan dengan perusahaan tersebut.

d. *Promotion* / Promosi

Kegiatan memperkenalkan suatu produk dari perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli disebut dengan promosi. Efektivitas sebuah iklan sering digunakan untuk menanamkan *brand image* atau agar lebih dikenal keberadaannya dalam proses pemasaran. Ketika *brand image* sudah tertanam dibenak masyarakat umum, menjual sebuah produk, baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa menjadi jauh lebih mudah.

Kegiatan terpenting dalam pemasaran yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong pelanggan untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut disebut dengan promosi.<sup>23</sup> Ketika melaksanakan promosi suatu produk, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang akan digunakan agar mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Untuk mempromosikan produk ataupun jasa suatu perusahaan atau bank, terdapat tiga macam sarana promosi yang dapat digunakan:

1. Periklanan / *Advertising*

Televisi, radio, koran, majalah, medsos merupakan media yang dapat digunakan untuk melakukan promosi dengan iklan. Iklan sendiri adalah sarana promosi yang dapat digunakan oleh bank guna membagi informasi, mempengaruhi, dan menarik calon nasabah.

---

<sup>23</sup> Jaiz, Muhammad. *Dasar-dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, h. 43.

## 2. Publisitas / *Publicity*

Kegiatan dalam rangka meningkatkan pamor bank dimata para nasabah dilakukan dengan cara mempublis. Sarana promosi yang digunakan bank untuk menarik nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, seminar, perlombaan dan ajang ajang yang lain disebut dengan publisitas.

## 3. Penjualan Pribadi / *Personal Selling*

Sarana yang menyediakan umpan balik segera yang membantu wiraniaga untuk menyesuaikan diri dilakukan dengan penjualan tatap muka. Penjualan perorangan ini melibatkan pembicaraan secara langsung antara penjual dan pelanggan potensial.

### e. *People* / Sumber Daya Manusia

Pemasaran jasa erat hubungannya dengan penyedia jasa, orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Oleh karena itu, setiap perusahaan jasa seperti bank harus dengan jelas merincikan apa tujuan dari setiap karyawan dalam melakukan interaksi dengan pelanggan. Karena pada dasarnya setiap orang merupakan *part time marketer* yang tindakan dan perilakunya memiliki dampak pada *output* yang diterima pelanggan atau nasabah.

Strategi manajemen sumber daya manusia yang baik harus digunakan untuk menempatkan sumber daya manusia pada tempat yang sesuai dengan kapasitasnya, jika terjadi kesalahan pada strategi pengimplementasian, maka akan berakibat fatal terhadap tingkat kepuasan nasabah secara jangka panjang.

### f. *Physical Evidence* / Bukti fisik

Testimoni dari orang-orang yang pernah menggunakan jasa perbankan syariah merupakan bukti fisik dari jasa perbankan syariah yang lebih mengarah kepada rasa dari pada nasabah. Selain itu cara dan bentuk dari pelayanan perbankan syariah kepada nasabah juga sebagai bukti nyata yang seharusnya bisa di rasakan dan bisa dianggap sebagai bukti fisik bagi nasabah, yang kelak juga akan memberikan testimoni positif kepada masyarakat luas guna mendukung percepatan perkembangan perbankan syariah. Produk berupa pelayanan jasa dari perbankan syariah merupakan sesuatu yang sifatnya tidak dapat diukur secara pasti.

g. *Process / Proses*

Prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa disebut dengan proses. Komponen proses tersebut memiliki arti bahwa adanya upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.<sup>24</sup> Melakukan penawaran produk sampai menangani keluhan pelanggan dengan efektif dan efisien harus selalu dikembangkan dan ditingkatkan dengan menyesuaikan kondisi masyarakat secara umum terutama nasabah. Bagi PT. BPRS Bina Finansia proses tersebut menjadi salah satu bagian yang sangat penting, supaya menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya bisa berjalan efektif dan efisien, serta dapat diterima oleh nasabah PT. BPRS Bina Finansia.

h. *Intangible / Karakteristik*

Salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran adalah upaya mengurangi tingkat resiko dengan jalan menawarkan bukti fisik dari karakteristik jasa. Bukti fisik tersebut dapat dilihat langsung dalam bentuk penampilan staf yang rapi dan sopan maupun dekorasi internal dan eksternal bangunan yang atraktif serta ruangan yang nyaman. Karena pada jasa karakteristik pelanggan potensial tidak dapat menilai suatu jasa sebelum mengkonsumsinya. Hal ini akan menyebabkan resiko yang dipersepsikan konsumen dalam keputusan pembelian yang semakin besar.

4. Strategi Pemasaran syariah

Penetapan suatu disiplin bisnis strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah adalah definisi dari pemasaran syariah. Integritas dan transparansi adalah nilai inti dari pemasaran syariah, sehingga marketer tidak boleh bohong dan orang membeli karena kebutuhan dan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, bukan karena diskonya atau keinginan sesaat, menurut Hernawan Kertajaya<sup>25</sup>. Sebuah disiplin bisnis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholder*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam islam adalah bentuk dari syariah marketing<sup>26</sup>.

---

<sup>24</sup> Herry Sutanto, Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Pustaka Setia, 2014, h.98.*

<sup>25</sup> M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah, h,20*

<sup>26</sup> Kertajaya Hermawan Dan Muhammad Syakir Sulla, *Syaariah Marketing, h,xxvi*

Konsep pemasaran syariah *marketing strategy* bertujuan untuk memenangkan *mind-share*, syariah *marketing mix* yang bertujuan memenangkan *market share*<sup>27</sup>.

Syariah Marketing Strategy meliputi;

a. Segmentasi pasar

Kelompok persyaratan tertentu dengan perilaku tidak jauh berbeda yang terdapat dalam kelompok besar disebut dengan segmentasi

b. *Targeting*

Pengamatan pasar dengan alat untuk mengevaluasi pasar yang telah dipilah berdasarkan variabel yang direncanakan dan pemilihan segmen pasar yang akan dibidik yaitu di sebut dengan *targeting*.

c. *Positioning*

Suatu cara yang dilakukan untuk menumbuhkan rasa keyakinan, kepercayaan, motivasi untuk membeli, dan kepuasan rasional serta emosional dari para konsumen sehingga mereka dengan sukarela membelinya dan kembali terus menerus hingga akhirnya menjadi pelanggan<sup>28</sup>.

5. Tipe tipe strategi pemasaran

a. Orientasi

Pemasaran sering dikategorikan kedalam dua pendekatan yaitu tindakan berorientasi pada pelanggan dan strategi pemasaran berorientasi pada pesaing menurut pendekatan kontemporer. Mencoba untuk membantu membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan bisnis merupakan strategi pemasaran berorientasi pada pelanggan. Strategi ini mencoba memanipulasi bauran pemasaran, yaitu; produk, harga, tempat, dan promosi. Strategi pemasaran pada pesaing biasanya lebih berfokus pada pengamatan tentang apa yang sesungguhnya dilakukan oleh pesaing.

---

<sup>27</sup> *Ibid*, xxx

<sup>28</sup> Hendro, *dasar dasar kewirausahaan*, Jakarta:erlanga, 2011, h, 384, 386, 387

b. Strategi umum

Untuk mencapai dan meningkatkan keuntungan perusahaan dapat melalui beberapa cara diantaranya menurunkan harga (pertumbuhan omzet pasar), difrensiasi produk, dan segmentasi pasar, itu adalah bentuk strategi pemasaran umum. Mengurangi biaya produksi dalam rangka mengurangi harga konsumen adalah untuk menurunkan harga. Membedakan produk perusahaan dari para pesaing melalui modifikasi karakteristik fisik produk adalah strategi diferensiasi<sup>29</sup>.

Analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi adalah komponen dari manajemen pemasaran. Industri jasa yang kegiatan oprasionalnya membeli atau menjual jasa-jasa perbankan adalah bank.

Setiap kegiatan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik adalah pengertian jasa menurut Philip Kotler<sup>30</sup>.

Dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Pemasaran* Agus Hermawan, mengatakan bahwa strategi pemasaran dihasilkan oleh proses pengambilan keputusan berikut langkah langkah dalam pengambilan keputusan; mendefinisikan permasalahan pemasaran, mengumpulkan fakta fakta yang relevan dengan masalah tersebut, menganalisis fakta fakta dengan bantuan perangkat lunak komputer, menentukan alternatif atau pilihan untuk memecahkan masalah, memilih alternatif terbaik dan membuat keputusan<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, H,4

<sup>30</sup> Malayu.S.P. Hasibuan, *Dasar Dasar Perbankan*, PT.Jakarta; Bumi Aksara, 2006, H,143

<sup>31</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, H,4

## B. PENGELOLAAN DANA PERBANKAN SYARIAH

Dalam sistem bank syariah dana nasabah dikelola dalam bentuk titipan atau *wadiah* maupun investasi atau *mudharabah*. Cara titipan dan investasi pada bank syariah berbeda dengan deposito pada bank konvensional yang dimana deposito merupakan upaya untuk membungakan uang. Konsep dana titipan berarti kapan saja si nasabah membutuhkan, maka bank syariah harus dapat memenuhinya, akibatnya dana titipan menjadi sangat *likuid*. Likuiditas yang tinggi inilah membuat dana titipan kurang memenuhi syarat suatu investasi yang membutuhkan pengendapan dana. Karena pengendapan dananya tidak lama alias cuma titipan maka bank boleh saja tidak memberikan imbal hasil. Sedangkan jika dana nasabah tersebut diinvestasikan, maka karena konsep investasi adalah usaha yang menanggung risiko, artinya setiap kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari usaha yang dilaksanakan, didalamnya terdapat pula risiko untuk menerima kerugian, maka antara nasabah dan banknya sama-sama saling berbagi baik keuntungan maupun risiko.

Dalam pengelolaan dana bank, ada dua hal yang harus diperhatikan, yaitu aspek likuiditas dan aspek rentabilitas, dan pengelolaan dua aspek ini sangat penting dalam pengelolaan dana bank syari'ah. Karena disatu sisi bank harus memenuhi kewajibannya terhadap nasabah yang ingin menarik dana dan disisi lain bank juga perlu untuk mendapatkan keuntungan dari dana yang telah dihimpun dari masyarakat untuk membayarkan biaya bunga maupun biaya operasional dari bank itu sendiri.

Dalam pengelolaan dua aspek ini, bank harus siap untuk menanggung segala resiko yang mungkin timbul dari penghimpunan ataupun penyaluran dana yang dilakukan, dan dalam hal ini yang dapat dilakukan oleh bank yaitu dengan meminimalisasi segala resiko yang mungkin terjadi bahkan jika mungkin bank harus bisa terhindar dari segala resiko operasi sehingga bank masih dapat mengambil keuntungan dari penyaluran dan penghimpunan dana tersebut. Dan disinilah diperlukan *Asset Liability Management* dari sebuah bank.

*Assets Liability Management (ALMA)* adalah suatu proses pengelolaan *aktiva* dan *pasiva* secara terpadu, berkesinambungan untuk mencapai keuntungan dalam situasi lingkungan usaha yang bergejolak atau secara ringkas dapat dikatakan bahwa *Assets Liability Management* merupakan pengelolaan risiko jangka pendek *aktiva pasiva* yaitu *liquidity risk, interest rate risk, foreign risk, capital risk,*

*pricing risk dan off balance sheet risk* (Rusyamsi, 1999). Dan dalam keberhasilannya *ALMA* memerlukan koordinasi serta partisipasi dari seluruh bagian yang terlibat dalam penanganan *aktiva* dan *pasiva* bank, dimana koordinasi seluruh bagian ini disebut dengan *ALCO (Assets Liabilities Management Committee)*.

*ALCO* adalah suatu wadah untuk menampung kebersamaan proses manajemen untuk mencapai keberhasilan tujuan bank, tetapi dalam hal ini *ALCO* hanya bertindak sebagai wadah penampung kebersamaan dalam mengelola kebijaksanaan, strategi, serta pengambilan keputusan dan bukan merupakan fungsi manajemen dari *ALMA*. Dan secara hirarki *ALCO* merupakan titik sentral tertinggi dalam menentukan jangkauan serta jawaban strategi seluruh asset dan liabilities bank. Dan sebagai titik sentral tertinggi *ALCO* perlu menyajikan laporan keuangan yang akurat dan terbaru. Untuk dapat menyajikan hal tersebut, maka *ALCO* memiliki sebuah *staff* khusus yang membantu, dan *staff* ini disebut dengan *SSG ALCO (Staff Supporting Group ALCO)*. Dimana yang dimaksud *SSG ALCO* disini adalah kelompok yang merupakan gabungan dari *staff* anggota *ALCO* yang mencari dan membahas informasi, menganalisis dan mengevaluasi kondisi yang akan datang, mencari dan membahas permasalahan, penyebab permasalahan, dan kemudian memberikan usulan *alternative* pemecahan masalah dalam siding *ALCO* melalui sekretaris *ALCO*. Adapun bagi *SSG ALCO* haruslah benar-benar *staff* yang mempunyai kemampuan tinggi tidak hanya teoritis tetapi juga praktis karena baik atau tidaknya keputusan dan strategi manajemen akan ditentukan oleh *SSG ALCO* dalam memberikan informasi, mengolah informasi, menyajikan informasi serta memberikan *alternative* pemecahannya.

Dalam Bank Syari'ah, pada dasarnya dalam pengelolaan keuangan baik *Assets* ataupun *Liability* nya masih sama dengan bank-bank pada umumnya. Namun, untuk bank Syari'ah ada perbedaan mendasar dalam dominasi pembagian hasil atau keuntungan dalam pendistribusian uang tersebut. Dalam Bank Syari'ah itu sendiri lebih banyak bertumpu pada kualitas *Assets*, dimana kualitas ini akan banyak menarik perhatian dari nasabah untuk meng-investasikan dananya di bank syariah.

Untuk mendapat keuntungan besar dari segala pengelolaan *Asset* dan *Liability* nya, bank harus mampu menangani segala resiko yang mungkin muncul selama proses pengelolaan dana nasabah dan investor tersebut. Berikut ini adalah resiko yang mungkin timbul dari penempatan dana yang dilakukan oleh bank;

- a. *Liquidity Risk* (resiko likuiditas)
- b. *Interest Rate Risk* (Resiko perubahan peningkatan suku bunga)
- c. *Credit Risk* (resiko kredit/pembiayaan)
- d. *Management Risk* (resiko manajemen)
- e. *Exchange Risk* (resiko perubahan nilai tukar)
- f. *Sovereign Risk* (resiko pembatasan devisa di suatu negara)
- g. *Legal Risk* (resiko dari pelanggaran hukum aspek yuridis)
- h. *Market Risk* (resiko yang timbul dalam proses operasional dilapangan)
- i. *Operasional risk* (resiko operasional dari suatu bank)

Dari berbagai resiko yang timbul diatas, hal ini sama-sama mungkin untuk dialami oleh semua bank baik itu bank syari'ah atau konvensional. Tetapi, tentu saja ada perbedaan yang mendasar dalam pengelolaan *Assets* dan *Liability* dari bank syari'ah untuk mencapai tingkat likuiditas dan rentabilitas. Berikut adalah beberapa karakteristik yang membedakan pengelolaan Bank syari'ah dengan Bank konvensional menurut antara lain:

- a. Bank Syari'ah menjamin pembayaran kembali nominal simpanan giro dan tabungan (*Wadi'ah*), tetapi tidak menjamin pembayaran kembali nilai nominal dari deposito dan juga tidak menjamin keuntungan atas deposito. Sehingga mekanisme pengaturan pembagian keuntungan atas deposito bergantung pada kinerja bank. Berbeda dengan sistem yang digunakan oleh bank konvensional yang menjamin pembayaran keuntungan atas deposito atas bunga tertentu.
- b. Sistem operasional Bank Syari'ah berdasarkan prinsip *Equity*, dalam hal ini semua modal memiliki resiko, sehingga hubungan bank dengan nasabah (investor) berdasarkan prinsip bagi hasil dan berbagai resiko.
- c. Tingkat likuiditas bank syari'ah tergantung pada tingkat kelabilan deposito nasabah, kepercayaan dana-dana pada *non-PLS* (*Profit Loss Sharing*), kompetensi teknis yang berhubungan dengan pengaturan struktur liabilitas, ketersediaan asset yang siap dikonversikan menjadi kas dan akses pada pasar antar bank dan sumber dana lainnya.
- d. Dalam bank konvensional, tingkat likuiditasnya bergantung pada ada tidaknya pengendalian likuiditas yaitu perhatian pada biaya yang ditimbulkan dalam pengendalian likuiditas, arus dana masuk dan keluar dan tingkat suku bunga.

Jadi secara umum Pemilik dana atau *shahibul maal* memberikan dana atau modal kepada pengelola dana atau *mudharib* yang kemudian akan di kelola oleh si

*mudharib* yang menjalankan usaha tanpa penanaman dana sesuai dengan kesepakatan dan keuntungan dibagi berdasarkan nisbah atau keuntungan yang telah disepakati di awal akad dan *shahibul maal* boleh menetapkan batasan-batasan atau syarat-syarat tertentu untuk menyelamatkan modalnya dari risiko kerugian. Syarat-syarat atau batasan ini harus dipenuhi oleh si *mudharib*, apabila *mudharib* melanggar batasan-batasan ini, ia harus bertanggung jawab atas kerugian yang timbul dan kemudian akan di salurkan untuk pembiayaan suatu proyek atau perniagaan yang sedang membutuhkan dana. Si pengelola dana atau *mudharib* kemudian akan memberikan dana pinjaman kepada si nasabah peminjam dengan ketentuan menggunakan nisbah bagi hasil kepada pihak *shahibul maal* sesuai dengan kesepakatan. Si penerima dana suatu proyek juga akan memberikan nisbah bagi hasil kepada si pengelola dana yang jumlahnya sesuai dengan kesepakatan bersama yang kemudian disalurkan dalam bentuk jual beli, pembiayaan, ataupun dalam bentuk pinjaman ataupun modal.<sup>32</sup>

### C. TABUNGAN PENDIDIKAN

#### 1. Tabungan

Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati tetapi tidak ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau yang lainnya yang dipersamakan dengan itu, disebut dengan tabungan. Tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah disebut dengan tabungan syariah. Tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadiah dan mudharabah, tersebut adalah fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional<sup>33</sup>.

##### a. Tabungan Wadiah

Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Bank menggunakan akad wadiah *yad adh dhamanah*. Dalam hal ini nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipan. Sedangkan pihak yang bertindak sebagai dititipi dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau

---

<sup>32</sup> <https://benyooong1913.wordpress.com/2013/04/29/teori-pengelolaan-dana>

<sup>33</sup> Adiwarman a karim, *Bank islam analisis fiqih dan keuangan*, jakarta:rajawali pers, 2011,h, 345

memanfaatkan dana atau barang tersebut adalah bank syariah. Kapan saja pemiliknya menghendaki titipan, bank bertanggung jawab penuh untuk mengembalikannya. Disisi lain keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut yang ditiptkan menjadi hak bank sepenuhnya<sup>34</sup>.

b. Tabungan Mudharabah

Tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah* adalah tabungan mudharabah. Hasil pengelolaan dana mudharabah, pemilik dana akan mendapatkan sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Akad *mudharabah mutlaqoh* dan *muqoyyadah* adalah akad yang di gunakan pada tabungan mudharabah. Perbedaan utama dari kedu akad tersebut adalah pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana yaitu nasabah sebagai *shahibul mall*, kepada bank syariah yang bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana).<sup>35</sup>.

2. Pendidikan

Pendidikan seringkali diselenggarakan dibawah bimbingan seorang pendidik, tetapi peserta didik bisa juga belajar sendiri dalam proses yang disebut pembelajaran otodidak. Pendidikan secara formal biasanya digolongkan dalam tahapan -tahapan misalnya Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Lanjutan, Universitas, kemudian magang. Proses yang melancarkan pembelajaran adalah pendidikan. Ilmu pengetahuan, ketrampilan, nilai-nilai, kepercayaan, dan kebiasaan dari sekelompok orang di transfer kepada orang lain, dengan cara bercerita, berdiskusi, pengajaran, pelatihan, atau riset adalah komponen dari pendidikan.

D. AKAD TABUNGAN PENDIDIKAN

BPRS Bina Finasia menggunakan akad *mudharabah mutlaqoh* untuk tabungan pendidikan. *Dharab* adalah asal kata dari *mudharabah mudharabah* yang berarti memukul atau berjalan. Proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha adalah pengertian dari memukul atau berjalan. Akad kerja sama usaha antara dua hak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh modal sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola adalah pengertian *al*

---

<sup>34</sup> *Ibid*, 2011, h,347

<sup>35</sup> *Ibid*, h,348

*mudhariobah* secara teknis. Kerugian tabungan *mudharobah* ditanggungkan oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian pengelola, pengelola harus bertanggungjawab atas kerugian tersebut. Sedangkan keuntungan tabungan *mudharobah* sudah dibagi sesuai dengan kesepakatan yang tertuan dalam kontrak.<sup>36</sup>

Bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis, adalah *mudharobah mutlaqoh*. Ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *af'al ma asi'ta* (lakukan sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberikan kekuasaan sangat besar, sebagaimana telah dijelaskan dalam pembahasan fiqih.<sup>37</sup>

#### E. LANDASAN SYARIAH

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“... Hai orang orang yang beriman, janganlah kalian memakan (mengambil) harta orang lain secara batil kecuali jika berupa perdagangan yang dilandasi suka sama suka diantara kalian. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu ...” (Surat An-Nisa' 29)

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ (١)

“...hai orang orang beriman tunaikanlah akad-akad itu ...” (Surat Al-Ma'idah 1)

وَأَخْرُوجُونَ يَصْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَتَّبِعُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ۚ وَأَخْرُوجُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ (٢٠)

“...dan dari orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia ALLAH SWT ...” (Surat Al-Muzzammil 20)<sup>38</sup>

<sup>36</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori Ke Prkatik*, Jakarta; Gema Insane Press, 2001 H,95

<sup>37</sup> *Ibid*, H,97

<sup>38</sup> Al qur'an dan Terjemahan

## F. LANDASAN HUKUM

Fatwa tentang tabungan yang ditetapkan oleh fatwa dewan syariah nasional nomor 02/ DSNMUI/IV/2000; menimbang, mengingat, memperhatikan, memutuskan, dan menetapkan.

Pertama, tabungan ada dua jenis; tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga, tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.

Kedua, ketentuan umum tabungan berdasarkan mudharabah; dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibulmal atau pemilik dana dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelolaan dana, dalam kepastiannya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkan termasuk didalam mudharabah dengan pihak lain, modal harus dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang, pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukuan rekening, bank sebagai mudharib menutup biaya oprasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

Ketiga, ketentuan umum tabungan wadiah; bersifat simpanan, simpanan bisa diambil kapan saja atau berdasarkan kesepakatan, tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Ditetapkan pada 26 Dzulhijjah 1420H/1April 2000 M di Jakarta<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta ; Sinnar Grafika, 2008, H, 244

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM PT. BPRS BINA FINANSIA SEMARANG**

##### **A. SEJARAH PT. BPRS BINA FINANSIA SEMARANG**

Indonesia memiliki 34 provinsi, ada salah satu Ibukota provinsi di Indonesia yang mempunyai potensial ekonomi cukup besar yaitu Kota Semarang. Terdapat banyak usahadi kota ini mulai dari *manufacturing*, produksi, perdagangan dan jasa. Didaerah pesisir kota semarang berpotensi perikanan, selain itu Mijen dan Gunung Pati adalah nama wilayah yang terdapat di kota Semarang yang berpotensi pertanian dan peternakan.

Latar belakang berdirinya BPRS Bina Finansia di prakarsai oleh para tokoh masyarakat dan pengusaha muslim di sekitar Semarang. Karena pada dasarnya penduduk kota Semarang yang mayoritas beragama Islam sebagai pelaku usaha ekonomi menengah kebawah. Untuk mengembangkan ekonomi menengah kebawah, khususnya bagi masyarakat menengah kebawah, dibutuhkan lembaga keuangan yang berbentuk BPRS agar memberikan kontribusi positif bagi pengembang ekonomi. Berawal dari latar belakang tersebut, akhirnya gagasan terus tumbuh mengingat belum banyaknya lembaga Bank Perkreditan Rakyat Syariah di wilayah kota semarang.

Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah dalam kegiatannya berlandaskan pada prinsip syariah yang sudah diatur dalam undang undang terkait peraturan pelaksanaan Surat Direksi Bank Indonesia no. 32/6/KEP/DIR tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah pada tanggal 12 Mei 1999. Bank syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan tidak menerima simpanan dalam bentuk giro adalah Bank Pembayaran Rakyat Syariah. Dalam teknisnya BPRS Bina Finansia bisa diartikan sebagai lembaga Bank Perkreditan Rakyat yang operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip syari'ah, karena dalam melaksanakan kegiatan usahanya lebih dekat dengan lapisan mikro.

Tanggal 8 Agustus 2006, Bank Indonesia secara resmi memberikan izin kepada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bina Finansial (BINASIA) Semarang untuk bisa beroperasi. Setelah banyak hal yang sudah dipersiapkan untuk mendirikan lembaga ini dan proses perizinan dilalui akhirnya BINASIA dapat mulai beroperasi untuk pertama kalinya dengan kantor pusat yang beralamat di Jl. Arteri Soekarno Hatta No. 9 Semarang dan sekarang sudah memiliki dua kantor

kas yang beralamatkan di Ruko Jatisari Blok C No. 9 Mijen Semarang dan Jl. Ngersep Timur V No. 110 C Banyumanik Semarang.

Berikut legalitas operasional badan usaha PT. BPRS BINASIA :

1. Nomor 8/51/KEP.GBI/2006 tentang Keputusan Gubernur Bank Indonesia, tertanggal 5 Juli 2006.
2. Nomor 45 tentang Akte Pendirian Personal Terbatas, tertanggal 27 Maret 2006.
3. Menteri Hukum dan 11 11 HAM memberikan Pengesahan Akte Pendirian PT, tertanggal 3 April 2006.
4. Nomor. 8/51/KEP.GBI/2006 tentang Ijin Usaha dari Bank Indonesia, tertanggal 12 Juli 2006.
5. Nomor. 11.01.1.65.05684 Bertanda Daftar Perusahaan Personal Terbatas
6. NPWP: 02.774.716.1-518.000
7. Nomor. 02 tentang Akta Perubahan Anggaran Dasar PT. BPRS Bina Finansia, tertanggal 7 September 2018.
8. Nomor. AHU-0018520.AH.01.02. tahun 2018 tentang Pengesahan Akta Perubahan Anggaran Dasar dari Menteri Hukum dan HAM.
9. Nomor. KEP- 230/KR.03/2018 tentang Ijin Usaha dari Otoritas Jasa Keuangan

BPRS PNM Binama adalah nama awal dari berdirinya BPRS Binama Finansia. Dengan adanya surat persetujuan dari OJK Nomor KEP-230/KR.03/2018 yang di keluarkan tanggal 25 Oktober 2018, menetapkan penggunaan izin usaha atas nama PT. BPRS BINASIA. Perubahan nama tersebut diumumkan pada tanggal 1 November 2018 oleh Direktur Utama Bapak Ahma Mujahid ME.c. dalam perubahan nama tersebut, tidak ada perubahan pada pemegang saham dan kepengurusan BPRS seperti Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syari'ah maupun Direksi.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> *Company Profile* BPRS Bina Finansia Semarang

## B. VISI DAN MISI PT. BPRS BINA FINANSIA SEMARANG

### Visi

Menjadi BPRS dengan aset RP. 100 milyar (seratus milyar rupiah) ditahun 2022.

### Misi

Mewujudkan BPRS Bina Finasia yang berkinerja unggul dan berkesinambungan yaitu senantiasa tumbuh dan berkembang berpredikan nomor satu dari tahun ketahun. Memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dan berdedikasi tinggi. Memiliki nasabah yang loyal. Memberi kontribusi yang optimal dalam intermediasi.<sup>41</sup>

## C. TUJUAN PENDIRIAN

Didirikannya BPRS Bina Finasia Semarang meliputi 4 aspek tujuan, yang meliputi:

### 1. Aspek Mutu Pelayanan

Mencapai tingkat mutu pelayanan yang baik dan maksimal pada penampilan, kecepatan, kemudahan, dan keramahan dengan tolak ukur; mencapai penilaian baik yang di lakukan oleh pihak luar. Mengurangi keluhan para nasabah atau *customer*.

### 2. Aspek Resiko Usaha

Menjaga *Financing to Deposit Ratio (FDR)* pada kisaran 75 - 90 %. Menjaga Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif minimal sebesar 100 % terhadap PPAPWD. Menjaga rasio *Non Performing Financing (NPF)* dibawah 5 %. Menjaga *Capital Adequacy Ratio (CAR)* minimal 12 %. Menjaga tidak terjadi pelanggaran dan atau pelampauan ketentuan BMPD.

### 3. Aspek Tingkat Pengembalian (*Return*)

Mencapai *Return on Equity (ROE)* minimal sebesar 20 %. Memperoleh *Return on Average Asset (ROA)* minimal sebesar 1,9 %. Memberikan bagi hasil Tabungan equivalen berkisar antara 5 - 7 % pa. Memberikan bagi hasil Deposito equivalen berkisar antara 7 - 10 % pa.

### 4. Aspek Peranan dalam Pengembangan Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat

Memberikan pembiayaan kepada masyarakat yang mempunyai dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap pengembangan ekonomi dan

---

<sup>41</sup> *Company Profile* BPRS Bina Finasia Semarang

kesejahteraan masyarakat dalam bentuk peningkatan asset dan penyerapan tenaga kerja. Menumbuhkan potensi dana simpanan masyarakat di BPRS baik bersumber dari dana idle maupun pengalihan dari lembaga keuangan konvensional.<sup>42</sup>

#### D. MANFAAT YANG INGIN DICAPAI

##### 1. Manfaat Sosial

Terciptanya solidaritas dan kerjasama antar nasabah BPRS sehingga terbentuk komunikasi ekonomi masyarakat yang lebih produktif.

##### 2. Manfaat Ekonomi

Terwujudnya lembaga keuangan yang bisa membiayai usaha-usaha di sektor kecil dan menengah. Menumbuhkan usaha-usaha yang dapat memberi nilai lebih, sehingga meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat Islam. Meningkatkan kepemilikan asset ekonomi bagi masyarakat.<sup>43</sup>

#### E. STRATEGI BPRS

##### 1. Menumbuhkan Kepercayaan Masyarakat terhadap PT. BPRS Bina Finansia

Strategi yang harus dilakukan PT. BPRS Bina Finansia untuk mencapai kesuksesan adalah dengan meningkatkan dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat. Besar dan kecilnya sebuah bank sangat tergantung dari kepercayaan masyarakat.

##### 2. Melakukan Ekspansi di *Funding* dan *Lending*

Ekspansif *funding* digunakan untuk pertumbuhan organisasi atau perusahaan, sedangkan ekspansif *lending* digunakan untuk memperoleh laba. Kedua ekspansi tersebut adalah langkah yang harus dilakukan oleh PT. BPRS Bina Finansia, karena kedua sisi tersebut adalah bidang garap yang harus dilakukan oleh lembaga perbankan

##### 3. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

PT. BPRS Bina Finansia harus selalu meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki dengan memberikan fasilitas berupa pelatihan dan pendidikan. Karena sumber daya manusia dalam sebuah perusahaan adalah sebuah aset, bahkan sebagai *human capital*, sehingga untuk memperoleh kesuksesan perusahaan, kemajuan perusahaan, kualitas sumber daya manusianya harus ditingkatkan. Sumber daya manusia dalam sebuah

---

<sup>42</sup> *Company Profile* BPRS Bina Finansia Semarang

<sup>43</sup> *Ibid*

perusahaan adalah salah satu kunci dari suksesnya sebuah perusahaan, maka dari itu sumber daya manusianya harus betul betul di perhatikan demi kelancaran, kesuksesan dan kemajuan perusahaan.

#### 4. Melakukan Efektivitas dan Efisiensi di Semua Bidang

Dalam rangka memenangkan persaingan bisnis, perusahaan harus dapat melakukan efektivitas dan efisiensi dengan seoptimal mungkin. Efektivitas dan efisiensi yang terjadi dalam perusahaan sangat menentukan persaingan didalam bisnis. Agar dapat bersaing dengan banyak perusahaan, PT. BPRS Bina Finansia harus mengoptimalkan efektivitas dan efisiensi dengan baik.<sup>44</sup>

### F. SASARAN BPRS

#### 1. Sasaran Binaan

Usaha-usaha kecil dan menengah dengan ketentuan memiliki asset sampai dengan Rp. 500.000.000,- dan berpeluang menumbuhkan lapangan pekerjaan itu menjadi salah satu sasaran pembinaan BPRS.

#### 2. Sasaran *Funding*

Individu, badan, BUMN, dan Instansi pemerintah ini menjadi sasaran *funding* BPRS.

#### 3. Sektor Usaha Yang Di Biayai

Sektor perdagangan, industry kecil, jasa pertanian, dan jasa perikanan adalah sektor usaha yang dibiayai BPRS.<sup>45</sup>

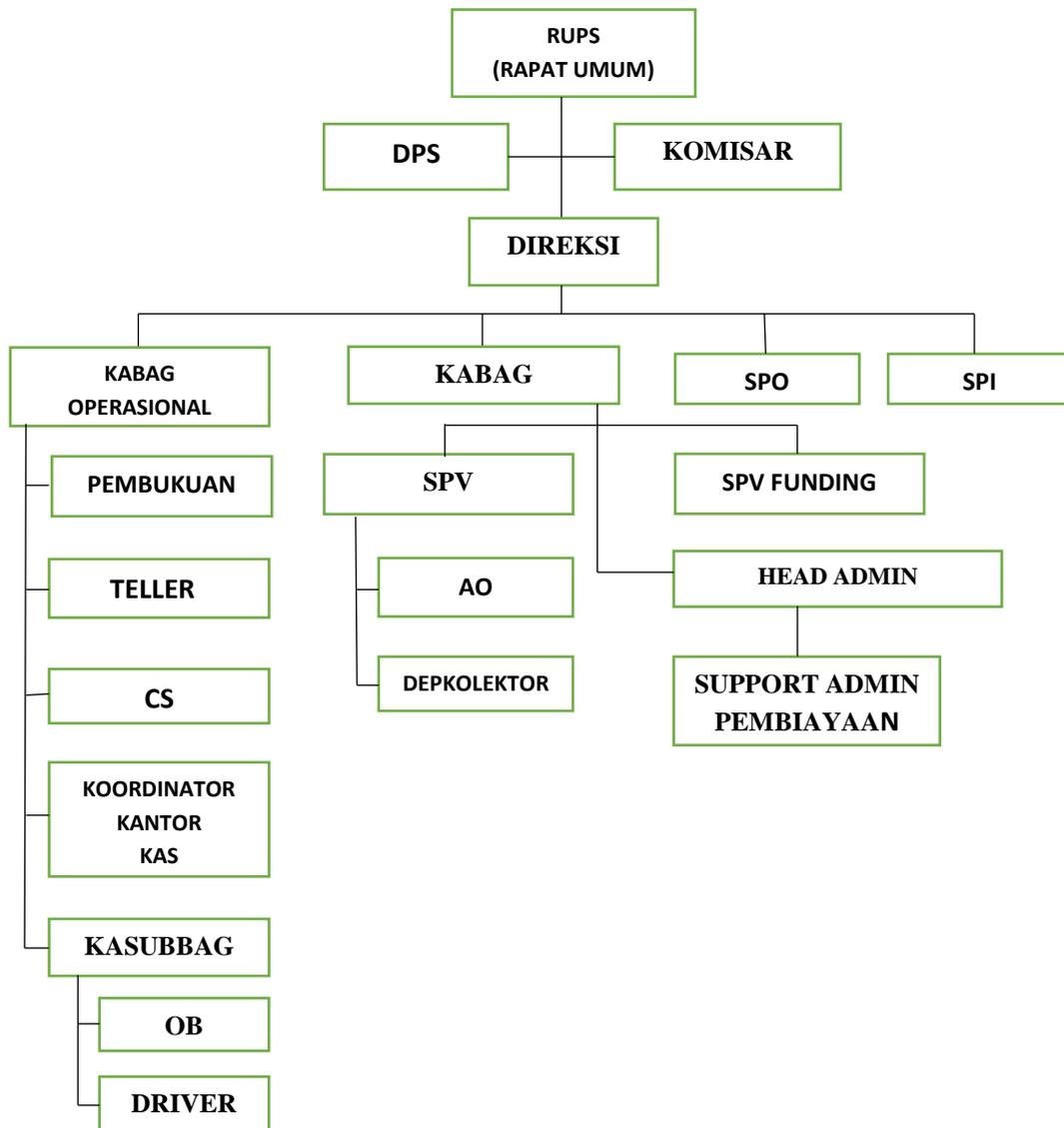
---

<sup>44</sup> *Company Profile* BPRS Bina Finansia Semarang

<sup>45</sup> *Ibid*

## G. STRUKTUR ORGANISASI

Sebuah garis besar bertingkat yang mendeskripsikan bagian bagian yang menyusun sebuah perusahaan disebut dengan struktur organisasi. Surat Keputusan Direksi No. 091/SKDIR/III/2018, melampirkan tentang struktur organisasi PT. BPRS Bina Finansia Semarang. Dimana didalamnya setiap sumber daya manusia atau individu memiliki posisi dan fungsinya sendiri sendiri. Berikut garis besar struktur organisasi PT. BPRS Bina Finansia.



<b>Dewan Komisaris</b>	
Komisaris Utama	H. Hasan Toha Putra, MBA.
Komisaris	Ir. H. Heru Isnawan
<b>Dewan Pengawas Syari'ah</b>	
Ketua	Dr. H. Rozihan, SH., M.Ag.
Anggota	Prof. Dr. H. Ahmad Rofiq, MA.
<b>Dewan Direksi</b>	
Direktur Utama	Drs. Ahmad Mujahid Mufti Suyuti
Direktur	Sri Laksmi Roostiana, SE.
Kabag Operasional	Ratna
Pembukuan/ Akunting	Dika
Teller Kantor Pusat	Mareta
Teller KK Mijen	Lisa
Teller KK Tembalang	Anindya
CS kantor pusat	Diah
Koordinator KK Mijen Koordinator KK Tembalang	Upi Restu Oktavia Putri
IT	Dodi
Umum	Prayogi Sutopo
Driver	Jupri
OB	Agus
Kabag. Marketing	Suranto Dwi Atmoko
Spv. Marketing Lending	Dadan Herdian, Zaenal Hafidin, Septananda
Account Officer	Agung Atmoko, Ery, Hazmi, Hamim, Dyno
Marketing (colector)	Lucky, Husein, Didin
Head Admin Pembiayaan	Eka Wulan
Support Admin Pembiayaan	Dwi
Spv. Marketing Funding	Vina
SPO & Umum	Atmaratih Sari Subekti
SPI	Dwi <sup>46</sup>

## H. SISTEM DAN PRODUK BPRS

### 1. Tabungan Taharah

Akad yang bekerjasama antara *shohibul maal* (pemilik dana/penabung) dengan *mudhorib* (BPRS Bina Finansia) yang dalam kerjasama ini berlaku bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati dan dihitung berdasarkan rata-rata pengendapan harian adalah bentuk produk dari tabungan taharah. Produk

<sup>46</sup> Company Profile BPRS Bina Finansia Semarang

tabungan taharah tersebut menggunakan akad mudharabah. Dimana bentuk persyaratan dari tabungan taharah; mengisi aplikasi pembukaan rekening, melampirkan fotocopy identitas diri (KTP), Setoran awal minimal Rp. 10.000,- untuk perorangan, Setoran awal minimal Rp. 25.000,- untuk badan usaha.

Keuntungan yang dihasilkan dari tabungan taharah; aman karena dijamin oleh LPS, bebas biaya administrasi bulanan, bagi hasil sesuai prinsip syari'ah, layanan *auto debet*, layanan *pick up service*, nisbah bagi hasil 25% : 75%

Dalam setiap saldo yang rata rata menghasilkan Rp. 1.000.000,- akan mendapatkan 1 poin undian dan kelipatannya yang diundi setiap bulan Juli akan memperoleh hadiah utama berupa 1 unit Honda Beat adalah bentuk dari kelebihan tabungan taharah.<sup>47</sup>

## 2. Tabungan Pendidikan

Tujuan dari tabungan pendidik digunakan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan di masa depan. Tabungan pendidikan sendiri merupakan tabungan yang menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*.

Syarat dan ketentuan dari tabungan pendidik sebagai berikut; mengisi aplikasi pembukaan rekening, melampirkan fotocopy identitas diri (KTP), setoran awal minimal Rp. 10.000,-, bagi nasabah yang masih duduk dibangku Sekolah Dasar, maka pembukuan rekening tabungan diatas namakan orang tuanya, penarikan hanya dapat dilakukan mulai bulan Mei s/d Agustus dan Oktober s/d Desember.

Keuntungan dari tabungan pendidik sendiri antara lain; aman karena dijamin LPS, bebas biaya administrasi bulanan, bagi hasil sesuai prinsip syari'ah, layanan *pick up service*, nisbah bagi hasil setara deposito jangka waktu 3 bulan = 34% : 66%, dapatkan souvenir cantik untuk setiap pembukaannya, kesempatan mendapatkan beasiswa dengan total nilai Rp. 1.000.000,- untuk saldo Rp. 100.000,- dan berlaku kelipatannya.<sup>48</sup>

## 3. Tabungan IB Jumroh

Bagi nasabah PT. BPRS Bina Finansia yang berniat melaksanakan Haji ataupun Umroh dengan menyesuaikan kemampuan dan dengan jangka waktu yang telah direncanakan bisa menabung dengan menggunakan tabungan IB Jumroh. Jenis simpanan dana perorangan atau pihak ketiga adalah bentuk dari

---

<sup>47</sup> Brosur Tabungan Taharah BPRS Bina Finansia Semarang.

<sup>48</sup> Brosur Tabungan Pendidikan BPRS Bina Finansia Semarang.

tabungan IB Jumroh (Tabungan Haji dan Umroh *Mudharabah*) yang ada di PT. BPRS Bina Finansia.

Syarat dan Ketentuan tabungan IB Jumroh sebagai berikut; akad : *mudharabah*, nisbah 38% : 62%, mengisi formulir pembukaan tabungan haji dan umroh, fotocopy KTP/SIM atau kartu identitas lainnya yang masih berlaku, setoran awal Rp. 100.000,-. Setoran berikutnya (minimal) Rp. 50.000,-.

Manfaat dari tabungan IB Jumroh antara lain; terencana, sebagai sarana untuk merencanakan penunaian haji dan umroh, fleksibel, tabungan dapat disetor sewaktu-waktu dengan nominal setoran minimal Rp. 50.000,-, terjangkau, syarat pembukaan tabungan ringan dan bebas administrasi bulanan, menguntungkan, bagi hasil yang kompetitif diberikan setiap bulan secara otomatis ke rekening tabungan, terjamin, dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).<sup>49</sup>

#### 4. Deposito *Mudharabah*

Tujuan dari deposito *mudharabah* adalah untuk memperoleh dan mengelola laba yang dibagi sesuai nisbah kesepakatan. Akad dari deposito *mudharabah* sendiri yaitu antara pemilik dana sebagai *shohibul maal* dengan bank *mudhorib*.

Adapun syarat dari deposito *mudharabah* sendiri antara lain; mengisi aplikasi pembukaan rekening, melampirkan fotocopy identitas diri (KTP), setoran minimal Rp. 1.000.000,-

Keuntungan deposito *mudharabah*; aman karena dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), bebas biaya administrasi bulanan, bagi hasil sesuai prinsip syari'ah, bagi hasil kompetitif dan menguntungkan

Daftar Nisbah Bagi Hasil Deposito Sebagai Berikut:

Jangka Waktu	Shohibul Maal	Bank
1 Bulan	25%	75%
3 Bulan	34%	66%
6 Bulan	38%	62%
12 Bulan	42%	58%

Keuntungan lain dari deposito *mudharabah*; deposito yang mendapat cinderamata adalah jangka waktu 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan, jenis, nilai dan

<sup>49</sup> Brosur Tabungan iB Jumroh BPRS Bina Finansia Semarang.

penyerahan cinderamata diatur sesuai ketentuan bank, pencairan deposito sebelum jatuh tempo dikenakan denda sesuai ketentuan bank.<sup>50</sup>

#### 5. Pembiayaan

Akad yang digunakan dalam pembiayaan ada empat yaitu: *murabahah*, *mudharabah*, *ijarah*, dan *multijasa* (menyesuaikan kebutuhan nasabah). Pembiayaan bisa berupa modal kerja, investasi, konsumtif, dan multijasa. Pendanaan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah yang membutuhkan dengan menggunakan prinsip syariah adalah pengertian dari pembiayaan.

Syarat dan ketentuan pembiayaan; fotocopy KTP suami dan istri (2 lembar), fotocopy Kartu Keluarga, fotocopy buku nikah, rekening listrik, telepon, PAM, slip gaji dan rekening tabungan, fotocopy jaminan (BPKB atau sertifikat tanah (untuk jaminan sertifikat dilampirkan STTP PBB)).<sup>51</sup>

#### 6. Zakat, Infaq, dan Sedekah.

Zakat, Infaq, dan Sedekah merupakan sarana penampungan dana sosial dari masyarakat yang disalurkan kepada pihak yang berhak dalam 3 cara: dalam bentuk pembiayaan *Al Qardhul Hasan*, disalurkan untuk pengembangan sumber daya insani (beasiswa dan lain-lain), sebagai bantuan social untuk pengentasan kemiskinan.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Brosur Deposito Mudharabah BPRS Bina Finansia Semarang.

<sup>51</sup> Brosur Pembiayaan BPRS Bina Finansia Semarang.

<sup>52</sup> Company Profile BPRS Bina Finansia Semarang.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BPRS BINA FINANSIA SEMARANG KANTOR KAS MIJEN DALAM MENINGKATKAN NASABAH TABUNGAN PENDIDIKAN**

##### **1. Karakteristik Tabungan Pendidikan Di BPRS Bina Finansia Semarang**

Akad Mudharabah Mutlakah merupakan akad yang di gunakan dalam Tabungan Pendidikan yang bertujuan untuk memajemen biaya pendidikan di masa sekarang ataupun masa yang akan datang,

Adapun langkah-langkahnya;

- a. Melengkapi form pembukuan rekening
- b. Menyertakan identitas diri (KTP)
- c. Minimal setoran awal Sepuluh Ribu Rupiah (Rp. 10.000)
- d. Untuk nasabah yang masih duduk di sekolah dasar, maka tabungan di atas namakan wali peserta didik atau orang tua.
- e. Pelayanan Tarik tunai pada bulan Mei sampai Agustus dan bulan Oktober sampai Desember

Adapun Fasilitas dan pelayanan yang di dapat;

- a. Di jamin Lembaga Penjamin Simpanan
- b. Tidak ada biaya administrasi bulanan
- c. Pembagian keuntungan dengan prinsip Syariah
- d. Layanan jemput bola / *pick up service*
- e. Persentase pembagian keuntungan 34% : 66%
- f. Dalam setiap pembukuan memperoleh souvenir
- g. Dapatkan undian Beasiswa sebesar Rp. 1000.000,. dengan ketentuan saldo minimal Rp. 100.000,. berlaku juga untuk kelipatannya.

Dari ketentuan di atas dapat di simpulkan bahwa Tabungan Pendidikan BPRS Bina Finansia Semarang memang di peruntukan kepada masyarakat menengah ke bawah baik muslim maupun non muslim dan memang untuk biaya pendidikan karena penarikan tunai hanya dapat di lakukan pada bulan tertentu, aman karena terjamin LPS dan pembagian keuntungan dengan sistem bagi hasil dengan prinsip syariah yang di landasi al-quran dan hadis.

## 2. Strategi Pemasaran Tabungan Pendidikan

Tabungan Pendidikan pada BPRS Bina Finansia Semarang menggunakan strategi pemasaran yang mungkin sudah umum di gunakan dalam dunia bisnis terutama di bidang finansial. Ada beberapa strtegi yang di gunakan yaitu *Segmentasi, Targeting, Postioning, dan Marketing Mix*. Bauran pemasaran atau yang di kenal *Marketing mix* juga terdapat beberapa hal yaitu *6 P : Product (Produk), Price (Harga), Place (tempat), Promotion (Promosi), Process (Proses), People (Orang)*.<sup>107</sup> Kemudian ada juga Bukti Fisik atau yang biasa di kenal dengan Testimoni yang bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, juga sebagai bahan promosi. Berikut adalah pembahasan dari Strtegi Pemasaran pada Tabungan Pendidikan BPRS Bina Finansia Semarang;

### 1. *Segmentasi* ( Pembagian/pengelompokan struktur sosial )

BPRS Bina Finansia dalam hal ini memilih daerah mijen sebagai pangsa pasarnya, yaitu daerah yang berada di Kota Semarang bagian Utara yang merupakan daerah yang di padati penduduk.

### 2. *Targeting* ( Penentuan Pangsa pasar )

Hal ini BPRS Bina Finansia pada Tabungan Pendidikan mengincar instansi-instansi atau lembaga pendidikan yang berada di sekitar mijen daerah semarang bagian utara, dari tingkat playgroup sampai tinkat SMP (Sekolah Menengah Pertama) baik badan swasta ataupun negeri selama itu bisa di jangkau, tidak hanya instansi yang berada di lingkungan BPRS namun sampai pelosok-pelosok daerah mijen, bahkan ada beberapa instansi di luar daerah mijen yang menjadi mitranya.

### 3. *Positioning* ( Menempatkan diri )

Dalam hal ini BPRS Bina Finansia menempatkan diri pada sudut pandang konsumen dengan membangun kepercayaan kepada nasabah melalui pelayanan yang di tawarkan oleh pihak bprs pada Tabungan Pendidikan, salah satunya dengan cara menyampaikan dengan menekankan ciri khas serta keunggulan-keunggulan Tabungan Pendidikan BPRS Bina Finansia yang membedakan dengan dengan Tabungan Pendidikan yang ada pada Intansi lain, seperti terjamin keamananya karena di jamin oleh Lembaga Penjamin Syariah, adanya Beasiswa, Souvenir, bebas biaya administrasi bulanan,

---

<sup>107</sup> Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat 2013, h. 171.

kemudian dengan cara melayani sepenuh hati, dan cara lainya dengan tujuan untuk membangun kepercayaan di mata nasabah, sehingga nasabah tertarik untuk bekerja sama dengan BPRS Bina Finansia.

#### 4. Marketing Mix ( Bauran Pemasaran )

Marketing Mix terdiri dari Product, Price, Place, Promotion, People, dan Process.<sup>108</sup> Berikut adalah strategi 6 P Tabungan Pendidikan, yaitu;

##### a. *Product* ( Produk )

Tabungan Pendidikan di peruntukan untuk mengelola atau manage biaya pendidikan, dalam hal ini maka di terapkan ketentuan penarikan hanya dapat di lakukan pada bulan Mei sampai dengan Agustus dan pada bulan Oktober sampai dengan Desember, hal ini di lakukan dengan tujuan supaya tidak bersifat konsumtif, karena tabungan memang untuk biaya pendidikan,

Dari segi keuntungan, terdapat beberapa hal, yaitu adanya Beasiswa dengan total Rp. 1.000.000, untuk saldo minimal Rp. 100.000, dan berlaku kelipatannya, adapun layanan *pick up service* yaitu layanan jemput bola. Pembagian keuntungan menggunakan prinsip bagi hasil yang sesuai dengan prinsip syariah, adanya souvenir dalam setiap pembukuan, dan tidak adanya biaya administrasi bulanan.

##### b. *Price* ( Harga )

Ketentuan harga Taungan Pendidikan yang di terapkan memang bisa di bilang cukup terjangkau oleh masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah. Pembukaan Rekening hanya di kenakan biaya Rp. 10.000, untuk setoran awal dan minimal Rp. 10.000, untuk setoran berikutnya. Dari segi bagi hasil Tabungan Pendidikan ini dengan persentase 34% / 66% yang sebanding dengan deposito jangla waktu 3 bulan.

##### c. *Place* ( Tempat )

Berada di tengah permukiman yang padat penduduk, Ruko Jatisari Mijen Kota Semarang, BPRS Bina Finansia telah berhasil lebih dari sepuluh tahun hadir di tngah-tengah masyarakat untuk membantu dan mensejahterakan masyarakat kota mijen. Di dukung dengan lokasi yang

---

<sup>108</sup> Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat 2013.

cukup strategis, banyak orang berlalu lalang dan di kelilingi oleh banyak instansi pendidikan, Tabungan Pendidikan ini mampu beradaptasi dengan sangat baik untuk menjangkau target pasar yang berada di sekitar kota mijen. Dari segi pesaing masih di bilang cukup jarang perusahaan sejenis yang berdiri di sekitar BPRS Bina Finansia, jadi masih cukup luas peluang untuk mendukung berkembangnya BPRS.

d. *Promotion* ( Promosi )

Supaya masyarakat tau keberadaan perusahaan dan produk yang di milikinya maka promosi berpengaruh besar untuk pemasarannya. Ada beberapa cara BPRS binasia dalam memasarkan produknya, yaitu melalui:

1) *Layanan Pick Up Service* ( Jemput Bola )

Pick up service merupakan salah satu layanan jemput bola di mana seorang marketing mendatangi nasabah ataupun calon nasabah secara berjangka. Di jaman sekarang ini di mana mobilitas masyarakat yang setiap hari di padati dengan kesibukan dan semakin banyaknya pesaing, maka cara ini di terapkan BPRS untuk memasarkan produknya. Untuk Tabungan Pendidikan hal ini di anggap lebih efektif untuk meningkatkan nasabah di banding dengan hanya menyebarkan browsur, iklan melalui media sosial, majalah, spanduk, dll.

2) Periklanan

a) Media Cetak

Tabungan Pendidikan di promosikan melalui sebanduk yang terpampang di depan kantor BPRS, kemudian dari kalender yang di sebarkan melalui nasabah yang datang ke kantor setiap pergantian tahun, dari browsur yang di sebar di tempat-tempat umum seperti jalan raya, instansi pendidikan, dan tempat-tempat keramaian.

b) Media Elektronik

Tidak lupa media elektronik juga menjadi salah satu alat sebagai ajang promosi, karena memang di jaman sekarang ini hampir semua di lakukan dengan elektronik dan serba internet. BPRS Bina Finansia dalam mempromosikan produknya salah satunya melalui HP, dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook, BB, Instagram, dan juga radio.

e. *People* ( Masyarakat / SDM )

BPRS Bina Finansia Semarang bukanlah perusahaan yang dalam memilih Sumber Daya Manusia dengan sembarangan, karna bank adalah perusahaan yang berbasis kepercayaan. *Knowledge* ( Pengetahuan ) SDA yang baik menjadi dasar kompetensi BPRS Bina Finansia dalam merekrut SDA untuk bergabung bersama perusahaan. Setiap tatanan Karyawan mereka harus menguasai keterampilan di bidangnya, misal dalam bidang marketing, seorang marketing ini harus memiliki *performance* tinggi, hal ini karena kebutuhan nasabah terhadap seorang marketing berkinerja tinggi akan menciptakan rasa loyalitas dan kepuasan konsumen terhadap perusahaan. Performance ini meliputi; Jujur, Bertanggung jawab, Disiplin, Siap bekerja dengan target, Sopan dengan mempunyai tuturkata yang baik, dan memiliki rasa loyalitas terhadap perusahaan.

f. *Process* ( Proses )

Baik produk maupun layanan jasa ini sangat bergantung kepada proses penyampaian yang baik kepada konsumen. Seluruh prosedur oprasional harus di jalankan sesuai SOP yang berlaku melalui karyawan itu sendiri, yang memiliki kompetensi, loyalitas terhadap perusahaan, dan berkomitmen. Proses penawarannya sendiri kepada calon nasabah Tabungan Pendidikan, melalui beberapa hal yang pertama mengisi aplikasi pembukaan rekening, kemudian melampirkan identitas diri seperti KTP ataupun Kartu Pelajar, dan bagi nasabah yang masih duduk di bangku Sekolah Dasar dibawah pembukuan di atas namakan Orang Tua ataupun Wali, dan menyampaikan beberapa ketentuan yang berlaku seperti; Setoran awal Rp. 10.000,. dan minimal Rp. 10.000,. untuk setoran berikutnya, penarikan berjangka, keamanan terjamin LPS, bebas biaya administrasi bulanan, layanan pick up service, nisbah bagi hasil, ketentuan lainnya.

Kemudian adalah Bukti fisik, rangkaian ini adalah nilai tambah bagi perusahaan yang memiliki karakter dan kesan tersendiri bagi konsumen. Salah satunya dari segi ruangan BPRS Bina Finansia yang cukup nyaman, keterbukaan dari perusahaan, dari alamat perusahaan, produk, layanan yang di miliki, dan tunjukan siapa saja mitranya, dll. Hal ini bertujuan untuk memberi kesan positif kepada nasabah ataupun calon nasabah terhadap perusahaan.

## B. PENGELOLAAN DANA TABUNGAN PENDIDIKAN BPRS BINA FINANSIA SEMARANG

BPRS Bina Finansia adalah perusahaan yang bergerak di bidang finansial atau keuangan yang berbentuk BPRS/Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang dalam kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kemudian yang membedakan BPR/Badan Perkreditan Rakyat dengan BPRS/Badan Perkreditan Rakyat Syariah adalah bahwa BPR dalam pembagian keuntungannya menggunakan sistem bunga yang berpatokan pada suku bunga bank dan BPRS dalam pembagian keuntungannya berdasarkan prinsip bagi hasil yang berlandaskan al-quran dan hadis..

Dalam pengelolaan dana yang di peroleh dari masyarakat *surplus* dengan menyalurkannya kembali pada masyarakat *defisit* dalam bentuk pembiayaan ini BPRS Bina Finansia tidak memisahkan atau membedakan dari keseluruhan dana tabungan. Jadi pengelolaan dana dari semua tabungan baik Tabungan Taharah, Tabungan IB Jumroh, Deposito Mudharabah, maupun Tabungan pendidikan dijadikan satu untuk dikelola bersama.

Dalam mengelola dananya BPRS Bina Finansia dengan menyalurkan kembali kepada masyarakat *defisit* melalui 4 produk, yakni Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Investasi, Pembiayaan Konsumtif, Pembiayaan Multijasa beserta akad-akad yang di gunakan yaitu, Mudharabah, Murabahah, dan Ijarah.

### 1. Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan ini biasa di salurkan di bidang usaha dalam bentuk pembiayaan pembelian barang ataupun aset perusahaan, seperti Rumah Makan, Bengkel, akad yang di gunakan BPRS Bina Finansia dalam kerja sama semacam ini adalah akad mudharabah yaitu akad kerjasama antara pemilik modal dan pengelola, bank sebagai pemilik modal dan perusahaan sebagai pengelola, pembagian sesuai kesepakatan, sedangkan bila terjadi kerugian akan ditanggung oleh si pemilik dana dan pengelola menanggung biaya operasi dan tenaga, kecuali disebabkan oleh *misconduct* ( kesalahan ), *negligance* ( kelalaian ) dan *violation* ( pelanggaran ) maka di tanggung sepenuhnya oleh pengelola dana.<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup> Kautsar Riza Salman S.E., Ak. , MSA. B.K.D., S.A.S, *Akuntansi Perbankan Syaria"ah Berbasis PSAK Syaria"ah*. Padang : Akadaemia Permata, 2012.

## 2. Pembiayaan Investasi

Pada hakikatnya pembiayaan investasi adalah pembiayaan yang di peruntukan kepada perorangan, badan usaha, ataupun instansi pendidikan, dan di maksudkan untuk membantu kebutuhan investasi usaha dengan rencana yang telah di susun. Dalam hal ini BPRS menyalurkan dalam bentuk pembelian barang modal yang di perlukan untuk pembangunan gedung usaha, seperti proyek pembangunan pabrik, pembelian mesin, sarana transportasi, sewa tempat usaha, dll. Akad yang di gunakan dalam pembiayaan ini adalah akad *Murabahah* yakni perjanjian jual beli barang, di mana bank membelikan barang dan menjualnya kepada nasabah bersangkutan dengan harga perolehan di tambah dengan margin keuntungan yang telah di sepakati kedua belah pihak, pembayaran bisa dalam bentuk tunai maupun kredit.

### 3. Pembiayaan Konsumtif

Pembiayaan konsumtif adalah pembiayaan yang dimohon oleh para nasabah untuk keperluan membiayai kebutuhan konsumtif misalnya pengadaan bahan bangunan untuk renovasi rumah, pengadaan perabot rumah tangga, pengadaan kendaraan, dan lainnya. Dalam pembiayaan semacam ini BPRS menggunakan akad *Ijarah*, dengan artian pemindahan hak guna manfaat suatu barang dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa atau upah, tanpa diikuti akad pemindahan hak kepemilikan barang tersebut. Jadi, *ijarah* bisa dipahami sebagai sewa menyewa atau upah mengupah. Seseorang yang menyewakan suatu barang pada orang lain berarti orang tadi memindahkan manfaat atau hak guna barangnya kepada orang lain. Seseorang yang menyewakan rumahnya kepada orang lain berarti dia memindahkan manfaat atau hak guna rumahnya yang bisa dimanfaatkan sendiri kepada orang lain. Upah mengupah terjadi karena seseorang telah memanfaatkan tenaga, jasa, atau kerja orang lain, orang yang mempekerjakan harus mengupah orang yang disuruh bekerja untuknya.

Pada perkembangan selanjutnya, dimungkinkan bahwa pada cicilan atau angsuran tertentu bisa disepakati pemindahan kepemilikan dari pemilik barang ke penyewanya. Perpindahan kepemilikan ini harus ada akad tersendiri yang terpisah dari akad *ijarah* sebelumnya. Akad *ijarah* seperti ini disebut *ijarah muntahiya bittamlik*.<sup>56</sup> Dalam bank konvensional *ijarah* ini seperti *leasing* atau beli sewa walaupun ada sedikit perbedaannya.

Untuk mempermudah pengertian, mari kita simak pemaparan berikut ini. *Ijarah* adalah sewa menyewa atau upah mengupah. Jika dianggap sebagai sewa menyewa maka ketika BPRS menyalurkan pembiayaan konsumtif dengan akad *ijarah* kemudian menyewakan atau mengadakan barang yang dibutuhkan nasabah dan menyewakannya pada nasabah. Nasabah membayarnya dengan mengangsur seperti membayar harga sewanya. Pada angsuran tertentu, sekiranya cicilan atau angsuran tadi sudah mencapai harga perolehan dan margin atau laba, kemudian dilakukanlah perjanjian baru untuk mengalihkan kepemilikan barangnya pada nasabah atau *ijab qobul serah terima*.

Jika dianggap sebagai upah mengupah maka ketika BPRS menyalurkan dana pembiayaan konsumtif dengan akad *ijarah* dan membiayai kebutuhan

---

<sup>56</sup> *Ibid*,

nasabah terlebih dahulu, kemudian nasabah membayar biaya tadi pada BPRS dengan ditambah upah sebagai perolehan karena BPRS telah melakukan jasa untuk nasabah.

Terbentuknya istilah *ijarah*, kata *al-ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang diartikan sebagai *al-iwadhu* yang mempunyai arti "ganti", *al - kira* yang mempunyai arti "bersamaan" dan *al- ujra* yang mempunyai arti "upah".<sup>57</sup>

Akad *ijarah* dimaksud terdapat beberapa unsur pokok, yaitu pertama, unsur pihak- pihak yang membuat transaksi , yaitu yang menyewakan dan penyewa atau majikan dan pekerja, kedua unsur perjanjian yaitu *ijab kabul*, dan yang ketiga unsur materi yang diperjanjikan, dan yang ke empat *ujrah* atau upah.

#### 4. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan Multijasa adalah penyediaan dana atau pembiayaan dengan menggunakan akad *ijarah* berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan nasabah pembiayaan yang mewajibkan nasabah pembiayaan untuk memenuhi kewajibannya sesuai dengan akad.

Penggunaan *ijarah* sebagai akad pembiayaan semakin hari semakin variatif, dan sekarang ini akad *ijarah* banyak digunakan dalam pembiayaan di bidang jasa seperti pendidikan, pernikahan, biaya pengobatan (rumah sakit), dan banyak pembiayaan lainnya yang bersifat pembiayaan jasa. Pengertian *ijarah* rasanya tidak perlu dibahas lagi karena telah diuraikan cukup jelas di pembahasan sebelum ini ketika membahas pembiayaan konsumtif yang pelaksanaannya menggunakan akad *ijarah*.

Kemudian jika terjadi perselisihan, jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syariah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah. Praktek pembiayaan multi jasa ini seperti upah mengupah. Artinya, bank akan bertindak sebagai *musta'jir* atau yang menerima upah karena karena melaksanakan atau memenuhi permintaan nasabah selaku *mu"jir* atau yang memberi upah.

Pembiayaan multijasa ini BPRS Bina Finansia melunasi kewajiban yang harus dibayar oleh pemohon dana pada pihak ketiga. Untuk itu BPRS mendapatkan upah dari pemohon dana. Upah ini, bersama total pembiayaan yang

---

<sup>57</sup> Salman. *Op Cit*, hal 269.

telah dibayar oleh BPRS kepada pihak ke tiga, kemudian pemohon dana melunasi dengan cara mengangsur kepada BPRS.

Dalam menentukan nasabah pembiayaan BPRS Bina Finansia juga tidak sembarangan dalam memberikan pembiayaan, hal ini bertujuan untuk meminimalisir potensi kredit macet yang bisa merugikan bank. Untuk meminimalisir kerugian, ada beberapa SOP yang berlaku dan harus terstruktur, jelas dan obyektif, yaitu;

1. *Character*

Penilaian karakter, sifat, watak, kebiasaan, cara hidup calon debitur, dengan tujuan untuk mengetahui bahwa calon debitur ini sebagai orang yang dapat di percaya atau tidaknya.

2. *Capacity*

Kapasitas atau kemampuan seorang calon debitur juga perlu di ketahui, dari bagaimana pengalamannya, pendidikannya, pekerjaan, sejarah perusahaan,dll. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan seorang debitur dalam membayar kembali pembiayaan yang di berikan.

3. *Capital*

Bank tidak memberikan modal seratus persen, pemohon pembiayaan haruslah memiliki modal atau dana dari sumber lain. Hal ini bertujuan untuk mengetahui sumber pembiayaan yang di miliki calon debitur terhadap usaha yang akan di biyai.

4. *Colleteral*

Agunan atau jaminan yang berupa fisik atau non fisik dengan nilai lebih tinggi dari nilai pinjaman, dan di pastikan ke absahan jaminan tersebut. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kerugian .

5. *Condition*

Condiisi ini dapat di artikan ke dalam dua hal, yang pertama dari sektor kalangan pengusaha di lihat dari kebijakan pemerintah terhadap bisnis yang sedang di jalani masih berpotensi atau tidaknya. Dan dari sektor karyawan dengan melihat produktifitas, jenjang karir, dll. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir masalah kredit macet.

Dalam mengelola dana yang diterima dari masyarakat penabung, termasuk dana Tabungan pendidikan, dan menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam empat produk pembiayaan yaitu pembiayaan modal kerja, investasi, konsumtif dan multijasa, agar hasil yang ditargetkan dapat dicapai BPRS Bina Finansia selalu memperhatikan hal - hal sebagai berikut ini<sup>58</sup>

#### 1. Penghimpunan Dana ( *funding* )

Perhatian khusus diutamakan pada penghimpunan dana, hal ini dilakukan untuk mempercepat pertumbuhan aset, maka dari itu perusahaan lebih mengutamakan kerjasama dengan nasabah dalam bentuk badan atau instansi. Dalam usahanya untuk menjaring nasabah retail, perusahaan dalam melakukan promosinya melalui media masa, mengajukan penawaran melalui badan instansi, dan pada tempat-tempat umum di mana terdapat nasabah retail, hal tersebut dilakukan untuk menjaga perputaran uang juga di butuhkan dana retail.

#### 2. Penyaluran Dana ( *lending* )

Prinsip prudential merupakan prinsip yang tepat untuk menyalurkan dananya, karena memang prinsip ini selain menguntungkan juga aman. Dalam hal ini perusahaan menyalurkan dananya melalui usaha-usaha menengah kebawah seperti bahan bangunan, KPR, kepemilikan kendaraan, rumah makan, bengkel, tekstil, dan hal konsumtif lainnya. Dan tentunya pembiayaan tersebut telah melalui kualifikasi SOP yang ketat dengan lebih mengutamakan keamanan dana yang dimiliki perusahaan.

Bidang garap BPRS Bina Finansia adalah pengembangan usaha kecil dengan mengacu pada proses pembangunan ekonomi kerakyatan.<sup>59</sup> Pengembangan usaha kecil ini ditempuh melalui kegiatan :

#### 1. Pemberian Pembiayaan

Pembiayaan yang disalurkan mulai dari Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 300.000.000,-. Bidang usaha yang diberi pembiayaan dan binaan oleh BPRS Bina Finansia meliputi: Perdagangan, Industri dan Jasa.

---

<sup>58</sup> Company BPRS Bina Finansia.

<sup>59</sup> Company BPRS Bina Finansia.

## 2. Memberikan Konsultasi Usaha dan Manajemen

Untuk meningkatkan usaha para binaan, BPRS Bina Finansia melakukan konsultasi usaha dan manajemen, konsultasi ini berupaya untuk memberi jalan keluar bagi problem-problem mereka dalam menjalankan usaha khususnya meliputi persoalan manajemen dan keuangan. Kegiatan ini disamping sebagai sarana pembinaan juga sebagai media monitoring atas pemberian pembiayaan sehingga terkontrol dengan efektif. Sebagai lembaga yang membina usaha kecil dan menengah maka BPRS Bina Finansia berupaya memacu mitranya untuk menabung. Tujuan utama konsep ini adalah agar membentuk perilaku para mitranya agar peduli terhadap keuangan mereka sehingga akan tercapainya proses *revolving fund* diantara para mitranya.

Dengan cara tersebut kelangsungan pendanaan BPRS Bina Finansia dapat berjalan baik dan terjalin rasa saling tolong-menolong antar mitra. Nasabah yang dananya masih menganggur dapat dimanfaatkan oleh mitra lain dengan media perantara BPRS Bina Finansia, dalam hal ini BPRS sebagai sarana untuk menjembatani para pengusaha *defisit* yang membutuhkan dana terhadap para pemilik dana *surplus* yang belum termanfaatkan.

Diantara beberapa strategi pemasaran dan pengelolaan dana pada produk tabungan pendidikan yang diterapkan BPRS ini masih terdapat beberapa hal yang perlu perhatian demi kelangsungan hidup perusahaan diantaranya;

1. Memanfaatkan dan mengencarkan penggunaan internet sebagai wadah promosi dalam memasarkan produknya, karena di jaman internet ini BPRS Bina Finansia masih belum mendayagunakan teknologi internet secara maksimal, dari segi media sosial seharusnya mereka memanfaatkannya dan mengencarkan semaksimal mungkin, seperti memanfaatkan *facebook*, *instagram*, *website*, dll sebagai wadah promosi secara “maksimal” yang kemudian dapat di akses baik oleh nasabah dan calon nasabah, sehingga tidak menimbulkan keraguan terhadap nasabah dan calon nasabah, sekaligus masyarakat sekitar bahkan masyarakat luas tau tentang BPRS Bina Finansia, dan terbentuknya prespektif masyarakat tentang keprofesionalan BPRS tersebut.

2. Memanfaatkan dan mengencarkan penggunaan internet sebagai wadah promosi dalam memasarkan produknya, karena di jaman internet ini BPRS Bina Finansia masih belum mendayagunakan teknologi internet secara maksimal, dari segi media sosial seharusnya mereka memanfaatkannya dan mengencarkan semaksimal mungkin, seperti memanfaatkan *facebook*, *instagram*, *website*, dll sebagai wadah promosi secara “maksimal” yang kemudian dapat di akses baik oleh nasabah dan calon nasabah, sehingga tidak menimbulkan keraguan terhadap nasabah dan calon nasabah, sekaligus masyarakat sekitar bahkan masyarakat luas tau tentang BPRS Bina Finansia, dan terbentuknya presfektif masyarakat tentang keprofesionalan BPRS tersebut.
3. Melatih sumber daya manusia atau tenaga/karyawan secara berjenjang agar terbentuk sikap loyalitas dan profesonal terhadap perusahaan.
4. Masih kurang kuatnya perikatan atau tali silaturahmi yang dilalukan pihak bank kepada pihak instansi pendidikan sehingga dapat dengan mudah melepaskan diri.
5. Kurangnya media promosi bagi produk tabungan pendidikan, khususnya dari media online
6. Kurangnya sosialisasi terhadap masyarakat sekitar, seharusnya BPRS mengencarkan atau mengkampanyekan promosi di lingkungan perusahaan, melalui browsur, spanduk, kalender, majalah, dll. secara maksimal, sehingga masyarakat tau keberadaan BPRS Bina Finansia di lingkungan mereka. Karena sesuai fakta sebagian masyarakat khususnya di BPRS Bina Finansia Kantor Kas Mijen belum mengetahui keberadaan BPRS di lingkungan mereka.
7. Menurut keterangan Bpk. Zaenal selaku kepala cabang Kantor Kas Mijen, BPRS belum bisa mengoprasikan pengelolanya dengan menerepkan ketentuan yang berlandaskan syari’at islam secara murni, hanya berupaya menjauhkan diri dari unsur *Maghrib/ maysir*, *gharar*, dan *riba*, hal itu di karenakan faktor masyarakat yang belum memahami mekanisme pengoprasian yang berlandaskan syari’at islam, dan karena faktor presfektif masyrakat yang sebagian besar beranggapan bahwa tidak ada bedanya antara Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional, selain itu pemerintah sampai saat ini belum memberi dukungan secara penuh dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari hasil pembahasan di atas mengenai Analisis Strategi Pemasaran dan Pengelolaan Dana Produk Tabungan Pendidikan di BPRS Bina Finansia, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut;

1. Strategi pemasaran produk tabungan pendidikan pada BPRS Bina Finansia Kantor Kas Mijen menggunakan *segmentasi* pasar, *targeting*, dan *positioning*. Serta mengembangkan *marketing mix* (bauran pemasaran) yang terdiri dari beberapa unsur seperti:
  - a. *Product*/Produk
  - b. *Price*/Harga
  - c. *Plice*/Tempat
  - d. *Promotion*/Promosi
  - e. *People*/Masyarakat atau Orang
  - f. *Process*/Proses
  - g. Bukti Fisik
2. Pengelolaan Tabungan Pendidikan BPRS Bina Finansia dengan cara menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk pembiayaan yang digolongkan menjadi empat yaitu:
  - a. Pembiayaan modal kerja dengan akad mudharabah
  - b. Pembiayaan investasi dengan akad murabahah
  - c. Pembiayaan konsumtif dengan akad ijarah
  - d. Pembiayaan multijasa dengan akad ijarah

#### **B. SARAN**

Berdasarkan hasil praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis pada BPRS Bina Finansia Kantor Kas Mijen, tanpa mengurangi hormat kepada perusahaan , penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut;

1. Lebih memaksimalkan penggunaan Internet sebagai wadah promosi.
2. Pelatihan sumber daya manusia/karyawan secara rutin/berjenjang.
3. Memperkuat tali silaturahmi terhadap instansi pendidikan dengan beberapa cara, diantaranya; Bazar buku dengan intansi terkait, sosialisasi,dll

4. Menggencarkan atau mengkampanyekan promosi di lingkungan perusahaan, melalui brosur, spanduk, kalender, majalah, dll. secara maksimal.
5. Berani menjalankan pengelolaan dengan ketentuan syari'at islam secara murni, dengan menyesuaikannya secara perlahan, dan yakin akan pertolongan NYA.

### C. PENUTUP

Segala puji bagi allah SAW, atas rahmat dan hidayahnya penulis dapat menyelesaikan penulisan dan penelitian Tugas Akhir ini. Penulis sangat menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, karena memang dalam penulisan Tugas Akhir ini banyak di temui kesulitan, untuk itu di harapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar penulis dapat menyempurnakan karya tulis ini. Akhir kata penulis sebagai manusia biasa mohon maaf atas segala kekurangan serta kehilafannya, dan semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya, amin ya robbal 'alamin.



## DAFTAR PUSTAKA

Adiwarman a karim, *Bank islam analisis fiqih dan keuangan*

Jakarta;rajawali pers, 2011

Al qur'an dan Terjemahan

*Company Profile* BPRS Bina Finansia Semarang

Danupranata, Gita. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*

Jakarta: Salemba Empat 2013

Fandy tjipto, *strategi pemasaran*

Yogyakarta : Andi 2015

Huseinbumar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategi Untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*

Jakarta: Rajawali Press, 2010

<https://acankende.wordpress.com/2010/11/28/bank-perkreditanrakyat-bpr-syariah/>  
28/04/2020/10.56

Herry Sutanto, Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*

Bandung: Pustaka Setia, 2014

Jaiz, Muhammad. *Dasar-dasar Periklanan*

Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014

Kasmir, SE., MM, *Pemasaran Bank*

Jakarta: Predana Media Group, 2010

Lupiyoladi, Rambat. *Manajemen Pemasaran jasa, Teori dan Praktek.*

Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001

Lexy J Meleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*

- Bandung : PT Remaja Rosada karya, 2006
- Mohpabunda Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*
- Jakarta : PT Bumi Aksara, cet Ke-1, 2006
- Malayu.S.P. Hasibuan,*Dasar Dasar Perbankan*
- Jakarta;Bumi Aksara, 2006
- Muhammad Syafi'i Antonio,"*Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*
- Jakarta ,Gema Insani Press 2001
- Narbuko Colid dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*
- Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009
- Nur Hasan Mudzakir, "*Analisis Strategi Pemasaran Produk BMT Harapan Ummat Kudus*", Tugas Akhir
- Semarang: uin walisonggo,2014
- Sugiono, *Metodologi Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*
- Bandung : Alfabeta, 2013
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*
- Yogyakarta: Liberty 2002
- Umar husein, *Strategic Management in Action*
- Jakarta: PT, Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Zamilatul Millah, "*Analisis Pengelolaan Dana Tabungan Pendidikan BPRS PNM BINAMA*", Tugas Akhir
- Semarang,UIN Walisongo,2016
- Zainudinn Ali, *Hukum Perbankan Syariah*
- Jakarta ; Sinnar Grafika,2008

## LAMPIRAN

**BPRS BINASIA**  
PT BPRS BINA FINANSIA

### SURAT KETERANGAN

No. 008/BPRS-BINASIA/E/VII/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Laksmi Roostiana  
Jabatan : Direktur PT BPRS Bina Finasia  
Alamat : Jl. Arteri Soekarno Hatta No. 9 Semarang

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang

Nama : Anan Fahmi Said  
NIM : 1605015110  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Telah benar-benar melakukan Riset Penelitian di PT BPRS Bina Finasia Semarang

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 11 Juli 2019 M  
08 Dzulqadah 1440 H

PT BPRS Bina Finasia

  
PT BPRS BINA FINANSIA

Sri Laksmi Roostiana  
Direktur

PT BPRS BINASIA  
Jl. Arteri Soekarno Hatta No.9 Semarang  
Telp. / Fax. : (024) 76729706 | (024) 76729707  
email : bprbinasia@gmail.com

Kantor Kas  
Ruko Jatihari Indah Blok C No. 8  
Mijen - Semarang  
Telp. / Fax. : (024) 76672407

Jl. Ngasrep Timur V No. 110 C  
Banyumanik - Semarang  
Telp. / Fax. : (024) 7466355



LEMBAGA  
PENJAMIN  
SIMPANAN

Indonesian  
Deposit  
Insurance  
Corporation



# Tabungan Pendidikan

*Bekal Kasih  
Paling Berharga*

Setoran Awal  
Rp.10.000,-

Beasiswa  
Rp.1.000.000,-

**BPRS BINUSIA**  
PT BPRS BINA FINANSIA

## *Tabungan Pendidikan*

adalah tabungan dengan akad Mudharabah Mutlaqah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan biaya pendidikan di masa datang.

## *Syarat & Ketentuan*

1. Mengisi aplikasi pembukaan rekening
2. Melampirkan fotocopy identitas diri (KTP)
3. Setoran awal minimal Rp. 10.000,-
4. Bagi nasabah yang masih duduk dibangku Sekolah Dasar, maka pembukaan rekening tabungan diatas namakan orang tuanya
5. Penarikan hanya dapat dilakukan mulai bulan Juni s/d Agustus dan Oktober s/d Desember

## *Keuntungan*

1. Aman karena dijamin oleh LPS
2. Bebas biaya administrasi bulanan
3. Bagi hasil sesuai prinsip syariah
4. Layanan pick up service
5. Nisbah bagi hasil setara deposito jangka waktu 3 bulan = 34% : 66%
6. Dapatkan souvenir cantik untuk setiap pembukaannya
7. Kesempatan mendapatkan beasiswa dengan total nilai Rp.1.000.000,- untuk saldo Rp.100.000,- dan berlaku kelipatannya

### **Kantor Pusat :**

Jl. Arteri Soekarno Hatta No. 9 Semarang  
Telp/Fax : 024 - 767 29 706, 024 - 767 29 707  
Email : bprsbinasia@gmail.com

### **Kantor Kas :**

Ruko Jatisari Indah Blok C No. 8 Mijen - Semarang  
Telp/Fax : 024 - 7667 24 07

Jl. Ngesrep Timur V No. 110 C Banyumanik - Semarang  
Telp/Fax : 024 - 7466 355

*Untuk keterangan lebih lanjut hubungi*



BPRS BINA FINANSIA									
INDIKATOR EVALUASI KINERJA PERUSAHAAN									
						(66.993.75)			
						(13.423.25)			
								ditn ribuan	
PERTUMBUHAN	31-Dec-18	31-Jan-19	28-Feb-19	31-Mar-19	30-Apr-19	31-May-18	30-Jun-18	Per Bulan	
								Pertumbuhan	%
<b>NERACA</b>									
Tabungan Taharah	7.571.759	7.301.939	7.499.975	7.467.277	7.476.707	6.685.548	6.581.327	(104.221)	-1.58%
Tabungan Pendidikan	609.124	623.699	656.663	663.008	657.390	606.469	601.544	(4.925)	-0.81%
Tabungan Jumroh	240.910	250.208	248.105	248.467	233.541	217.802	232.260	14.458	6.64%
Tabungan Taharah Khusus	665	667	668	669	651	630	598	(32)	-5.08%
<b>Total Tabungan</b>	<b>8.422.458</b>	<b>8.176.513</b>	<b>8.405.411</b>	<b>8.379.421</b>	<b>8.368.289</b>	<b>7.510.449</b>	<b>7.415.729</b>	<b>(94.720)</b>	<b>-1%</b>
<b>INDIKATOR PENUNJANG</b>									-
Jumlah Rekening Tabungan Taharah	6.526	6.604	6.654	6.685	6.721	6.754	6.781	27	0%
Jumlah Rekening Tabungan Pendidikan	1.394	1.394	1.398	1.400	1.401	1.403	1.415	12	1%
Jumlah Rekening Tabungan Haji	122	121	125	125	126	127	126	(1)	-1%
Jumlah Rekening Tabungan Taharah Khusus	8	8	8	8	7	6	6	-	0%

BPRS BINA FINANSIA									juli ok
INDIKATOR EVALUASI KINERJA PERUSAHAAN									
						(30.200.13)			
						(28.125.50)			
PERTUMBUHAN	31-Dec-17	31-Jan-18	28-Feb-18	31-Mar-18	30-Apr-18	31-May-18	30-Jun-18	31-Jul-18	
<b>NERACA</b>									
Tabungan Taharah	6.856.950	7.007.590	6.993.839	6.943.439	8.808.958	6.885.719	6.577.847	8.595.048	
Tabungan Pendidikan	667.430	741.517	779.449	778.064	667.523	605.928	529.184	518.006	
Tabungan Jumroh	215.103	229.210	244.422	233.368	215.585	265.770	257.722	264.938	
<b>Total Tabungan</b>	<b>7.739.483</b>	<b>7.978.117</b>	<b>8.017.710</b>	<b>7.954.871</b>	<b>7.692.065</b>	<b>7.757.417</b>	<b>7.365.409</b>	<b>7.377.992</b>	
<b>INDIKATOR PENUNJANG</b>									
Jumlah Rekening Tabungan Taharah	5.999	6.045	6.090	6.137	6.177	6.238	6.264		6319
Jumlah Rekening Tabungan Pendidikan	1.307	1.323	1.326	1.327	1.328	1.330	1.335		1356
Jumlah Rekening Tabungan Haji	113	113	113	113	114	115	117		120
Jumlah Rekening Tabungan Taharah Khusus	8	8	8	8	8	8	8		8

	#REF!					
#REF!	#REF!					
<i>dlm ribuan</i>						
31-Aug-18	30-Sep-18	31-Oct-18	30-Nov-18	31-Dec-18	Per Bulan	
					Pertumbuhan	%
6.765.989	7.092.022	7.282.616	7.367.847	7.571.759	203.912	3%
516.313	560.413	601.448	596.858	609.124	12.266	2%
235.718	238.103	249.852	258.303	240.910	(17.393)	-7%
<b>7.518.020</b>	<b>7.890.538</b>	<b>8.133.916</b>	<b>8.223.008</b>	<b>8.421.793</b>	198.785	2%
					-	#DIV/0!
6365	6410	6459	6493	6526	33	1%
1372	1384	1386	1391	1394	3	0%
121	121	121	121	122	1	1%
8	8	8	8	8	-	0%

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### **Data Pribadi**

1. Nama : Anan Fahmi Said
2. NIM : 1605015110
3. Tempat, tanggal lahir : Kebumen, 12 Juli 1997
4. Kewarganegaraan : Indonesia
5. Status : Belum Menikah
6. Agama : Islam
7. Alamat : Ketraman, Rt. 02/ Rw. 05, Ds. Adikarso,  
Kec. Kebumen, Kab. Kebumen
8. No. Telp : 0821 3533 9118

### **Riwayat Pendidikan**

1. SD : SD N 1 Adikarso
2. SMP : SMP Muhammadiyah 2 Kebumen
3. SMA : SMA Muhammadiyah Kebumen

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Semarang, 22 Juni 2020

Penulis,

Anan Fahmi Said  
NIM : 1605015110