

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN
SERTIFIKAT GURU DI PT. BPR SYARI'AH ARTHA MAS
ABADI PATI**



TUGAS AKHIR

Diajukan Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Gelar Diploma III dalam Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

Leila Mifta Nur Mahabah

(1905015005)

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

2022

Dr. A. Turmudi, S.H., M.Ag.

NIP: 196907082005011004

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) Eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Sdri. Leila Mifta Nur Mahabah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Leila Mifta Nur Mahabah

NIM : 1905015005

Judul : **“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Sertifikasi Guru di PT. BPR Syari’ah Artha Mas Abadi Pati”**


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

Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Juni 2022

Pembimbing



Dr. A. Turmudi, S.H., M.Ag.

NIP: 196907082005011004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id - Email: febi.walisongo@gmail.com

PENGESAHAN


Nama : Leila Mifta Nur Mahabah
NIM : 1905015005
Judul : Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Sertifikat Guru di PT. BPR
Syari'ah Artha Mas Abadi Pati

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Prodi D3 Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan
lulus dengan predikat Coumload/ Baik/ Cukup, pada tanggal:

28 Juni 2022

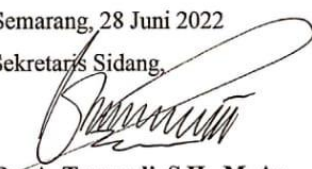
Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan Syariah
Tahun Akademik 2022.

Ketua Sidang,

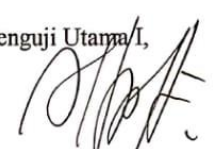

Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag.
NIP.19700321 199603 1 002

Semarang, 28 Juni 2022

Sekretaris Sidang,

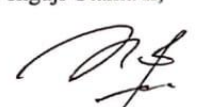

Dr. A. Turmudi, S.H., M. Ag.
NIP.19690708 200501 1 004

Penguji Utama I,

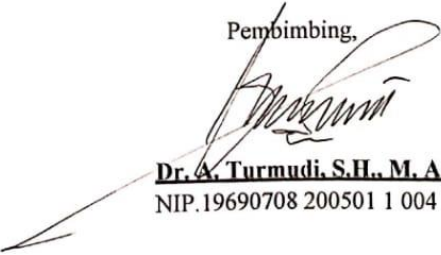

Naili Saadah, SE., M. Si., AK
NIP.1988031 201903 2 012



Penguji Utama II,


Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag.
NIP.19690830 199403 2 003

Pembimbing,


Dr. A. Turmudi, S.H., M. Ag.
NIP.19690708 200501 1 004

MOTTO

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya dia akan melihat balasannya.

(QS. Al-Zalzalah:7)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini untuk memenuhi syarat mendapat gelar Ahli Madya program studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Tugas Akhir ini dipersembahkan kepada:

1. Bapak Sunaryo dan Ibu Sri Lestari Puji Astuti, kedua orang tua penulis yang selalu memberi dukungan do'a maupun materi dan menjadi penyemangat penulis dari awal memulai pendidikan hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir tepat pada waktunya.
2. Keluarga besar penulis yang menjadi motivasi bagi penulis dan selalu member dukungan setiap waktu.
3. Dosen pembimbing Tugas Akhir bapak Dr. A. Turmudi, S.H., M.Ag. dan segenap pengurus program studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Sahabat-sahabat penulis yaitu Khoirun Nisak Rahmawati, Alya Rosa Enjelitha, dan Khoirun Nisa yang sudah memberi semangat dan saling bertukar pikiran dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman program studi D3 Perbankan Syariah angkatan 2019 yang berjuang bersama dari awal menjadi mahasiswa baru hingga menjadi mahasiswa tingkat akhir.
6. PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati yang sudah memberikan ilmu dilapangan selama masa magang tahun 2022 dan mendukung pelaksanaan penelitian untuk penyusunan Tugas Akhir.
7. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan do'a dan bantuan kepada penulis.

DEKLARASI

Bismillahirrahmanirrahim, dengan penuh tanggung jawab dan kejujuran penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain. Demikian Tugas Akhir ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain satupun, kecuali informasi-informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan rujukan dalam Tugas Akhir ini.

Semarang, 28 Juni 2022

Deklarator,



Leila Mifta Nur Mahabah

NIM. 1905015005

ABSTRAK

Dunia perbankan pada praktiknya ditunjukkan dengan munculnya berbagai macam benda/barang yang dijadikan agunan. Produk pembiayaan dengan agunan sertifikat pendidik masih tergolong produk pembiayaan baru yang dijalankan oleh beberapa Bank khususnya Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) Syariah salah satunya oleh PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Pembiayaan ini dikhususkan untuk semua guru yang memiliki sertifikat pendidik baik guru PNS maupun swasta. Seorang guru yang memenuhi kriteria sebagai guru yang profesional akan diakui melalui pemberian sertifikat pendidik. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui tentang strategi pemasaran dalam produk pembiayaan sertifikasi guru yang diterapkan oleh PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dengan kepala coordinator pemasaran kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Hasil dari penelitian adalah bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mencakup 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*). Pemasaran yang efektif dilakukan dengan cara menonjolkan keunggulan produk, harga yang murah, promosi menarik dan dapat dijangkau banyak orang, tempat yang strategis, SDM yang profesional dan berkualitas, melalui proses yang mudah, dan bukti nyata dengan adanya fasilitas yang lengkap dan memadai.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk Pembiayaan Sertifikasi Guru, Bauran Pemasaran

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat dan rahmat kepada penulis serta sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya di hari akhir nanti. Sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI PEMASARAN PRODUK PEMBIAYAAN SERTIFIKASI GURU DI PT. BPR SYARI’AH ARTHA MAS ABADI PATI” bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat mendapat gelar Ahli Madya program studi perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis menyadari bahwa selalu mendapat arahan, bimbingan, dukungan do’a, dan semangat dari berbagai pihak. Dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku rector Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. A. Turmudi, S.H., M.Ag. selaku ketua program studi D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc. Selaku dosen wali yang selalu memberi arahan, semangat, dan motivasi kepada penulis.

5. Pimpinan PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati beserta jajarannya yang telah bersedia memberi bantuan dalam pemberian informasi terkait dengan Tugas Akhir yang disusun oleh penulis.
6. Semua pihak yang telah mendukung dan memberikan bantuan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
D. Tinjauan Pustaka.....	5
E. Metodologi Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Strategi Pemasaran.....	10
1. Definisi Strategi.....	10
2. Definisi Pemasaran.....	10

3. Definisi Strategi Pemasaran.....	11
4. Tujuan Strategi Pemasaran.....	13
5. Konsep Pemasaran.....	13
B. Bauran Pemasaran 7P.....	14
C. Pembiayaan Sertifikasi Guru.....	17
1. Pengertian Pembiayaan Sertifikasi Guru.....	17
2. Tujuan Pembiayaan Sertifikasi Guru.....	17
3. Akad.....	18
4. Ketentuan Terkait.....	18
5. Fatwa Syariah.....	19
6. Manfaat dan Biaya Bagi BPRS.....	22
7. Manfaat dan Risiko Bagi Nasabah.....	22
8. Identifikasi Risiko.....	22
9. Target Pasar.....	23
10. Karakteristik.....	23
11. Prosedur Pelaksanaan.....	24
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	26
A. Sejarah Perusahaan.....	26
B. Visi dan Misi.....	27
C. Tujuan Pendirian.....	27
D. Lokasi Perusahaan.....	27
E. Struktur Organisasi.....	28
F. Sistem dan Produk di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
BAB V PENUTUP.....	64
A. SIMPULAN.....	64

B. SARAN.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	67
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu kunci dari perekonomian negara adalah sektor perbankan. Dalam pembangunan nasional, perbankan memiliki peran yang strategis untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan guna mewujudkan nilai sila Pancasila dan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia 1945 yaitu masyarakat Indonesia yang adil dan makmur.¹ 87,2% masyarakat Indonesia adalah penduduk muslim, hal ini dimanfaatkan oleh sektor perbankan untuk mengembangkan perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah. Perbankan syariah tentunya mampu berkembang di Indonesia karena mayoritas penduduknya adalah muslim dan akan berperan penting membantu perekonomian masyarakat agar terus meningkat.

Melalui loka karya “Bunga Bank dan Perbankan” Majelis Ulama Indonesia (MUI) memprakarsai berdirinya bank syariah di Indonesia. Tahun 1991 berdirilah PT. Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang mana adalah hasil pembahasan dalam Munas IV MUI dan mulai beroperasi pada tahun 1992.² Operasional perbankan selain menghimpun dana dari masyarakat, bank juga melayani pembiayaan atau menyalurkan dana kepada masyarakat. Dalam melakukan pembiayaan bank syariah berbeda dengan bank konvensional, pembiayaan di bank syariah berbasis pada bagi hasil (*profit sharing*) ataupun keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*).³

¹Trisadini P. Usanti dan Abd. Shomad, *Hukum Perbankan*, (Depok: Kencana, 2017), h.8

² Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah : Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h.20

³ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), h.104

Bank berperan mempertemukan antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana, di sini bank disebut sebagai lembaga *intermediary*. Masyarakat yang memiliki kelebihan dana akan mempercayakan kepada bank untuk mengelola dananya dalam bentuk tabungan maupun investasi lainnya. Selain itu, manfaat bagi masyarakat yang membutuhkan dana bisa memperoleh pinjaman (pembiayaan) dari bank dalam bentuk pelayanan kepada masyarakat. Pada saat melakukan pembiayaan kepada masyarakat bank selalu menerapkan prinsip kehati-hatian karena pada hakikatnya sumber dana yang digunakan untuk pembiayaan adalah dana masyarakat.

Kesanggupan debitur untuk melunasi pinjaman atau kredit sesuai dengan perjanjian dinilai dari jaminan yang menjadi keyakinan bank terhadap debitur yang tercantum pada Pasal 2 Ayat (1) Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 23/69/KEP/DIR tanggal 28 Februari 1991 tentang Jaminan Pemberian Kredit. Adapun menurut ketentuan Pasal 1 butir 20 agunan adalah jaminan tambahan yang diserahkan nasabah debitur kepada bank dalam rangka pemberian fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.⁴ Landasan hukum jaminan dalam Al-Qur'an terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 283 yang berbunyi sebagai berikut.

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ

Artinya: “Dan apabila kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang...” (QS. Al-Baqarah (2) : 283).”

Ayat di atas menjelaskan tentang pentingnya bukti transaksi jika transaksi keuangan secara utang piutang, namun jika tidak ada bukti tertulis

⁴Hermansyah, *Hukum Perbankan Nasional Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h.73

maka harus ada barang jaminan. Berkaitan dengan tema Tugas Akhir ini dimana suatu pembiayaan ada barang jaminan yang dapat diambil ketika utang seseorang telah dilunasi.

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUH Dagang) dan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) memuat peraturan perundang-undangan tentang ketentuan hukum jaminan yang dikodifikasikan. Sama halnya dengan pernyataan pada Pasal 37 ayat (1) dan Pasal 23 UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, menyatakan bahwa “Risiko kemacetan atau gagal bayar selalu melekat pada kegiatan penyaluran dana berdasarkan prinsip syariah di Bank Syariah dan UUS sehingga dapat mempengaruhi kesehatan Bank Syariah dan UUS. Maka dari itu Bank Syariah atau UUS harus memiliki kepercayaan terhadap calon nasabah penerima fasilitas penyaluran dana, namun Bank Syariah dan UUS tidak semata-mata memberikan kepercayaan tetapi juga melakukan seleksi yang dinilai dari aspek kemampuan, modal, agunan, dan prospek usaha yang sedang dijalankan.”⁵

Industri perbankan adalah suatu bisnis jasa pelayanan yang berdasar pada azas kepercayaan. Bentuk penilaian konsumen adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan. Akan sulit untuk memindahkan kepercayaan nasabah kepada bank syariah jika pelayanan bank syariah tidak sebaik pelayanan bank konvensional, bank syariah dituntut untuk memberikan pelayanan yang lebih baik atau minimal sepadan dengan bank konvensional guna menarik minat calon nasabah dan mempercayakan pengelolaan dananya kepada bank syariah.

⁵ Skripsi Lisa Indah Purwitasari, *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Jaminan dalam Perjanjian Kredit*, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, 2016. <http://eprints.walisongo.ac.id/5805/1/122311063.pdf>, di unduh pada 18 November 2019.

Kebutuhan masyarakat yang begitu beragam membuat setiap bank syariah menawarkan berbagai produk yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini tidak terlepas dari persaingan dalam pemasaran produk-produknya, sehingga membutuhkan peran strategis yang harus dilakukan oleh bank syariah. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi yang menarik mengenai produk tersebut kepada masyarakat dan dapat mengetahui sejauh mana minat masyarakat terhadap produk yang ditawarkan.

Dunia perbankan pada praktiknya ditunjukkan dengan munculnya berbagai macam benda/barang yang dijadikan agunan. Produk pembiayaan dengan agunan sertifikat pendidik masih tergolong produk pembiayaan baru yang dijalankan oleh beberapa Bank khususnya Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) Syariah salah satunya oleh PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Pembiayaan ini dikhususkan bagi semua guru yang memiliki sertifikasi pendidik baik guru PNS maupun swasta. Seorang guru yang memenuhi criteria sebagai guru yang profesional akan diakui melalui pemberian sertifikasi pendidik. Sertifikat pendidik menjadi agunan yang efektif, namun begitu sertifikat pendidik (serdik) akan mengalami sebuah kendala dalam eksekusinya ketika dijadikan agunan karena hanya memiliki nilai ekonomis bagi pemiliknya saja. Pembiayaan sertifikasi guru (sergu) di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati menjadi sebuah produk pembiayaan yang memiliki peminat sebanyak 33% dari target sebesar 35% dari seluruh pembiayaan yang dijalankan setelah 2 tahun produk ini diluncurkan.⁶

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas, penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai strategi yang dipilih dalam memasarkan produk sertifikasi guru. Oleh karena itu dalam Tugas Akhir ini penulis memilih judul “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Sertifikasi Guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati”.

⁶ Wawancara dengan bapak Moh. Nurhadi, koordinator pemasaran kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, 24 Mei 2022, pukul 09.58 WIB

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis di atas tentang pembiayaan sertifikasi guru pada PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pemilihan judul dalam penelitian “Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Sertifikasi Guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati” dan berdasarkan perumusan masalah di atas bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

Berdasarkan tujuan penelitian tersebut di atas, hasil penelitian ini bisa dipaparkan sebagai berikut:

1. Bagi Teori

Untuk meningkatkan pengetahuan dan informasi tentang strategi pemasaran khususnya dalam pemasaran produk sertifikasi guru dapat menjadi perbandingan antara teori dan praktek universitas.

2. Bagi Praktek

Hasil penelitian ini diharapkan membantu dalam memberikan informasi tentang produk pembiayaan sertifikasi guru kepada masyarakat dan menarik minat masyarakat untuk memanfaatkan produk layanan pembiayaan sertifikasi guru.

3. Bagi Pembaca

Sebagai sarana untuk memperkenalkan produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati dan untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan bahan pertimbangan bagi dunia pendidikan.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka memuat berbagai penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian yang diangkat penulis dan merupakan penelitian yang sudah dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Bertujuan untuk mendukung penelitian yang dilakukan oleh penulis dan dapat menjadi bahan perbandingan. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik serupa dengan strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru, diantaranya:

1. Skripsi yang berjudul “*Hukum Menjaminan Sertifikat Pendidik Pada Pembiayaan Khusus Guru di PT. BPR Syari’ah Mu’amalah Cilegon*” ditulis oleh Rosmawati, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2020.⁷ Dalam penelitian ini penulis menjelaskan bagaimana prosedur pemberian pembiayaan khusus guru, tinjauan hukum Islam terhadap sertifikat pendidik sebagai agunan, dan bagaimana tinjauan hukum positif terhadap sertifikat pendidik sebagai agunan pada PT. BPR Syari’ah Mu’amalah Cilegon.
2. Skripsi yang berjudul “*Praktek Akad Wadi’ah Pembiayaan Produk Sergur (Sertifikasi Guru) Pada BPRS HIK (Harta Insan Karimah) Tangerang*”, ditulis oleh Rizki Maulana, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2021.⁸ Penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana sistem praktek pembiayaan produk sergur di PT. BPRS HIK (Harta Insan Karimah) Tangerang dalam pandangan hukum Islam dan bagaimana kesesuaian praktek pembiayaan produk sergur dengan fatwa DSN MUI.
3. Jurnal yang berjudul “*Konsep Syariah Pada Pembiayaan Jaminan Sertifikasi dan Dampaknya Terhadap Manajemen Risiko*” (Studi Kasus

⁷Rosmawati, “*Hukum Menjaminan Sertifikat Pendidik Pada Pembiayaan Khusus Guru di PT. BPR Syariah Mu’amalah Cilegon*”, (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2020).

⁸Rizki Maulana, “*Praktek Akad Wadi’ah Pembiayaan Produk Sergur (Sertifikasi Guru) Pada BPRS HIK (Harta Insan Karimah) Tangerang*”, (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2021).

Pada BPR Syariah di Kota Mataram), yang ditulis oleh Isnawati, Muttaqillah, dan Siti Sofiyah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram tahun 2018.⁹ Dalam penelitian ini penulis menganalisis konsep syariah pada produk pembiayaan dengan jaminan sertifikat pendidik dan menganalisis tingkat risiko yang ditimbulkan.

Penelitian ini mempunyai perbedaan dengan penelitian-penelitian di atas karena penelitian ini fokus pada strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru yang dilakukan oleh BPR Syariah.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Maksud dari kualitatif adalah jenis penelitian yang didesain untuk menggambarkan dengan jelas suatu objek atau kejadian. Creswell (2008) mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai suatu pendekatan untuk memahami dan mendalami suatu fenomena atau kejadian.¹⁰

2. Sumber Data

a. Data Primer

Informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama merupakan acuan dari data primer (*primary data*).¹¹ Data diperoleh melalui wawancara dengan salah satu karyawan bidang pemasaran di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Dari hasil wawancara penulis

⁹Isnawati, dkk, “*Konsep Syariah Pada Pembiayaan Jaminan Sertifikasi dan Dampaknya Terhadap Manajemen Risiko (Studi Kasus Pada BPR Syariah di Kota Mataram)*”. Mataram: Universitas Mataram, 2018).

¹⁰Prof. Dr. Conny R. Semiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2010, h. 7

¹¹Uma Sekaran, Roger Bouge, *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*, Jakarta: Salemba Empat, 2017, h.130

melakukan pencatatan terkait strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah suatu informasi yang diperoleh tidak langsung dari sumber penelitiannya, namun dari pihak lain yang memiliki informasi yang selaras dengan tema yang diangkat oleh peneliti.¹² Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah buku-buku, laporan-laporan, dan jurnal-jurnal yang dapat dijadikan referensi dalam penelitian ini.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode adalah alat atau sarana untuk mendukung tercapainya tujuan penelitian.¹³ Pengumpulan data harus menggunakan suatu metode karena data yang dikumpulkan harus sesuai dengan fakta sehingga hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan.

a. Wawancara

P. Joko Subagyo mengemukakan bahwa wawancara adalah kegiatan memperoleh informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini penulis memperoleh informasi atau data dengan melakukan wawancara kepada karyawan bidang pemasaran di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data mengenai suatu variabel yang berbentuk seperti laporan-laporan, tulisan, atau gambar yang dapat menunjukkan keadaan di PT. BPR Syari'ah Artha Mas

¹²Sifudin Azwar, "Metodologi Penelitian", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h.91

¹³Nurul Qamar, dkk, "Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)", (Makassar: CV. Social Politic Genius, 2017), h. 4

Abadi Pati.¹⁴ Data dokumentasi pada penelitian ini berasal dari notulen atau catatan yang berhubungan dengan strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

4. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek pada penelitian ini adalah PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati. Obyek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati yang beralamat di Jl. Raya Pati-Tayu No.19, Desa Waturoyo, Kecamatan Margoyoso, Kabupaten Pati. Dan penelitian dilakukan pada tanggal 17 Januari 2022 sampai pada tanggal 17 Maret 2022.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan dan penjelasan mudah dipahami oleh pembaca, maka perlu dibentuknya sistematika penulisan yang berisi kerangka dan pedoman penulisan Tugas Akhir. Adapun sistematika penulisannya terbagi dalam lima bab sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi latar belakang masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.
2. BAB II LANDASAN TEORI, pada bab ini menjelaskan teori-teori yang menjadi dasar pengetahuan yang digunakan dalam penelitian mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.
3. BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN, pada bab ini menguraikan sejarah berdirinya PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati,

¹⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, "*Dasar Metodologi Penelitian*", (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 76

visi dan misi, struktur organisasai, produk-produk, serta data-data yang terkait dengan PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, bab ini menjelaskan dan menguraikan hasil penelitian mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.
5. BAB V PENUTUP, dalam bab ini memuat simpulan dan saran dari hasil penelitian Tugas Akhir.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.¹⁵

Ada beberapa ahli mengemukakan pendapat mengenai definisi strategi di antaranya:

- a. John A. Byrne mendefinisikan strategi adalah sebagai sebuah pola mendasar dari sasaran yang berjalan dan yang direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.¹⁶
- b. Menurut Griffin suatu rancangan komprehensif untuk mencapai sasaran organisasi disebut strategi.¹⁷

Dari pernyataan beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah perencanaan yang terpadu dari suatu tindakan atau kegiatan agar berjalan sesuai dengan keinginan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Definisi Pemasaran

Menurut pendapat William J. Stanton pemasaran adalah suatu sistem yang mencakup seluruh kegiatan perencanaan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah suatu proses manajerial untuk menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang

¹⁵Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), h. 1340

¹⁶Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2010), h. 29

¹⁷Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 339

bernilai dengan pihak lain dan bertujuan agar individu atau kelompok mendapatkan apa yang menjadi kebutuhan mereka.¹⁸

Dari beberapa definisi yang disampaikan oleh beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran merupakan sebuah kegiatan usaha yang mendorong untuk melakukan perencanaan, promosi, maupun pendistribusian yang diharapkan memberikan kesan baik kepada konsumen, agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Di sisi lain apabila strategi pemasaran berkesinambungan dengan bidang bisnis maka dapat memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi. Selain itu dengan adanya strategi pemasaran, implementasi program dapat tercapai sesuai dengan harapan dan tujuan dalam lingkungan bisnis.¹⁹

Tidak hanya memberikan arah pada fungsi manajemen, ternyata pemasaran juga dapat diartikan sebagai rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Chandra, 2012, p. 193). Strategi pemasaran mengacu pada rencana perusahaan untuk memposisikan produk atau layanan dan mengalokasikan sumber dayanya dengan menargetkan kelompok tertentu untuk mendapatkan keuntungan (Hermawan, 2012, p. 40).

3. Definisi Strategi Pemasaran

Dari definisi strategi dan pemasaran di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah seperangkat rencana yang komprehensif dan terintegrasi dalam pemasaran, yang memberikan panduan kegiatan pemasaran melalui kebijakan dan aturan yang memberikan arahan usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

¹⁸Herry Sutando dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 37

¹⁹Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.9

Kepuasan atas kebutuhan dan keinginan konsumen juga menjadi salah satu aspek penting dalam pemasaran. Untuk mewujudkan kepuasan konsumen maka perusahaan harus memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Langkah-langkah penerapan strategi pemasaran di antaranya:

a. Segmentasi pasar (*market segmentation*)

Menurut Kotler dan Amstrong segmentasi pasar adalah pemetaan sebuah pasar ke dalam beberapa kelompok pasar sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan karakteristik masing-masing.

b. Penetapan target pasar (*market targeting*)

Langkah selanjutnya yaitu penetapan target pasar, memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dilayani.

c. Diferensiasi dan posisi pasar

Perusahaan harus memiliki perbedaan yaitu produk yang unggul dari produk lain yang ada di segmen tersebut, posisi produk yang diduduki juga harus relatif terhadap pesaingnya dengan merencanakan strategi promosi dan memberikan pelayanan yang istimewa agar konsumen menjadi tertarik untuk membeli dan memakai produk kita.

Segmentasi pasar sangat perlu dilakukan agar pemasaran tidak salah sasaran yang menghabiskan modal. Dengan merinci segmen-segmen pasar dapat membantu strategi pemasaran karena memudahkan perusahaan untuk melayani konsumen dengan baik sesuai kemampuan pelayanan terbaik perusahaan. Setiap segmen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda. Perusahaan lebih baik mengembangkan strategi pemasaran yang lebih cerdas di setiap segmen yang dipandang akan berhasil.

4. Tujuan Strategi Pemasaran

Pada umumnya penerapan strategi pemasaran ditujukan guna mencapai sebuah tujuan perusahaan. Secara umum tujuan dari adanya strategi pemasaran adalah:

- a) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran.
- b) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan.
- c) Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.
- d) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

5. Faktor-Faktor Strategi Pemasaran

Ketika hendak melakukan penentuan strategi pemasaran maka faktor yang mendasari adalah melakukan analisis lingkungan baik pada sisi eksternal (lingkungan) maupun internal (perusahaan). Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya (Assauri, 2010, p. 169).

a) Faktor internal (perusahaan)

Faktor internal merupakan sebuah faktor yang bersumber dari dalam diri seseorang yang biasanya dapat mempengaruhi terbentuknya *strengths and weakness* (S dan W). Disisi lain faktor internal juga dapat mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan berdasar atas sumber daya manusia, pemasaran, keuangan, penelitian dan pengembangan, dan budaya perusahaan.

b) Faktor eksternal (lingkungan)

Faktor eksternal merupakan sebuah faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). Faktor eksternal

mencakup lingkungan industri, ekonomi, politik, hukum, teknologi, dan sosial budaya. (Fahmi, 2013, p. 220).

B. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Fandy Tjiptono, (2014, p. 30) bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya. Maka, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran”.

Bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasarsasaran. Dan untuk usaha jasa terdapat 7 unsur marketing mix (*Marketing Mix-7p*) yaitu: *Produk, Price, Promotion, Place, People, Proses, Dan Physical Evidence*.

a. *Product*

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Strategi produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pembelian sebuah produk bukan hanya sekedar untuk memiliki produk tersebut tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan daya tahan dan wujudnya, produk dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok:

1. Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan, seperti bir dan sabun. Barang-barang ini dikonsumsi dengan cepat dan sering dibeli, maka strategi yang tepat adalah menyediakannya di berbagai lokasi, hanya mengenakan margin yang kecil, dan memasang iklan besar-besaran guna memancing orang mencobanya dan membangun preferensi.

2. Barang tahan lama (*durable goods*) adalah barang-barang berwujud yang biasanya bertahan walaupun sudah lama digunakan berkali-kali: lemari es, peralatan mesin, dan pakaian. Produk tahan lama biasanya memerlukan penjualan dan pelayanan yang lebih pribadi, mempunyai margin yang lebih tinggi, dan memerlukan lebih banyak garansi dari penjual.
3. Jasa (*service*) adalah produk-produk yang tidak berwujud, tidak terpisahkan, dan mudah habis. Hal itu menyebabkan produk ini biasanya memerlukan pengendalian mutu, kredibilitas pemasok, dan kemampuan penyesuaian yang lebih tinggi. Contohnya pelayanan jasa keuangan, perbaikan barang, dsb.

b. *Price*

Setiap perusahaan harus menetapkan harga secara tepat, agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Selain itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Berbeda halnya dengan karakteristik produk atau komitmen terhadap saluran distribusi. Kedua hal tersebut tidak dapat diubah atau disesuaikan dengan mudah dan cepat, karena biasanya menyangkut keputusan jangka panjang.

Berdasarkan teori tentang harga dari Stanton (2003, p. 316), dikembangkan indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga yang dalam hal ini untuk mengukur sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa:

1. Keterjangkauan harga, keterjangkauan pada harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apabila semakin terjangkau maka keputusan pembelian konsumen semakin tinggi.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, apabila harga sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan maka keputusan pembelian konsumen semakin tinggi.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk, apabila harga sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan maka keputusan pembelian konsumen semakin tinggi.

c. *Place*

Lokasi yang strategis akan menjadi salah satu keuntungan bagi perusahaan karena mudah terjangkau oleh konsumen, namun sekaligus juga akan menjadikan biaya rental atau investasi tempat menjadi mahal. Tingginya biaya lokasi yang kurang strategis akan membutuhkan biaya marketing lebih mahal untuk menarik konsumen agar berkunjung. Selain faktor lokasi, bangunan dan kelengkapannya menjadi faktor penting dalam tempat untuk perusahaan. Dekorasi sering kali menjadi daya tarik yang besar bagi konsumen dalam memilih tempat.

d. *Promotion*

Promosi adalah semua kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasar sasaran. Berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran berarti aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan/ atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

e. *People*

Menurut Philip Kotler yaitu proses seleksi, pelatihan, dan pemotivasian karyawan yang nantinya dapat digunakan sebagai pembedaan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

f. *Process*

Proses yaitu semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atas operasi jasa (Boom dan Bitner yang dikutip oleh Buchari Alma (2000, p. 234).

g. *Physical Evidence*

Bukti fisik jasa mencakup semua hal yang berwujud berkenaan dengan suatu jasa seperti brosur, kartu bisnis, format laporan dan peralatan.

C. Pembiayaan Sertifikasi Guru

1. Pengertian Pembiayaan Sertifikasi Guru

Pembiayaan sertifikasi guru adalah fasilitas pembiayaan dengan akad Murabahah yang diberikan kepada seluruh masyarakat Indonesia yang berprofesi sebagai guru, baik berstatus Pegawai Negeri Sipil (PNS) maupun non PNS yang telah menerima Tunjangan Profesi Guru dan memiliki Sertifikat Pendidik. Agunan untuk pembiayaan ini berupa Sertifikat Pendidik asli, buku tabungan rekening penerima pencairan TPG beserta kartu ATM dan PIN-nya.

2. Tujuan Pembiayaan Sertifikasi Guru

- a) Mengembangkan fasilitas produk pembiayaan Bank Syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabah profesi sebagai guru yang memiliki Sertifikat Pendidik dan menerima Tunjangan Profesi Guru.
- b) Melayani kebutuhan dana masyarakat agar lebih bervariasi dan maksimal dalam rangka melakukan diversifikasi produk pembiayaan.
- c) Memanfaatkan fasilitas pembiayaan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

3. Akad

- a. Dasar transaksi pembiayaan ini menggunakan akad Murabahah.
- b. Akad Murabahah adalah akad perjanjian jual-beli antara bank dengan nasabah, dimana bank menjual barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan harga pokok ditambah margin berdasarkan kesepakatan antara bank dengan nasabah yang berkewajiban membayar dan melunasi hutang tersebut.
- c. Bank berposisi sebagai penyedia dana untuk membelikan barang dan nasabah sebagai pihak pembeli barang.
- d. Bank berkewajiban memberitahukan harga perolehan/harga pokok barang kepada nasabah.
- e. Penetapan jangka waktu pembiayaan berdasarkan kesepakatan pihak bank dan nasabah.

4. Ketentuan Terkait

- a) POJK No. 24/POJK.03/2015 tentang Produk dan Aktivitas Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah
- b) SE OJK No. 37/SEOJK.03/2015 tentang Produk dan Aktivitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
- c) Lampiran IV SE OJK No. 37/SEOJK.03/2015 tentang Produk dan Aktivitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, Kodifikasi Produk dan Aktivitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
- d) POJK No. 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan beserta ketentuan perubahannya
- e) SEOJK No. 12/POJK.07/2014 tentang Penyampaian Informasi dalam rangka Pemasaran Produk dan/atau Layanan Jasa Keuangan beserta ketentuan perubahannya
- f) SEOJK No. 14/POJK.07/2014 tentang Kerahasiaan dan Keamanan Data dan/atau Informasi Pribadi Konsumen beserta ketentuannya

g) Surat Keputusan Direksi PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi nomor: 229/SK.DIR.BPRS.AMA/V/2014 tentang Perubahan atas Surat Keputusan Direksi PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi nomor 192/SK.DIR.AMA/VI/2013 tentang Peraturan Pembiayaan PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi

5. Fatwa Syariah

Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah:

1) Ketentuan Umum Murabahah dalam Bank Syari'ah:

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

9. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.
- 2) Ketentuan Murabahah kepada Nasabah:
1. Nasabah mengajukan permohonan dan ijin pembelian suatu barang atau asset kepada bank.
 2. Jika bank menerima permohonan tersebut, bank harus membeli terlebih dahulu asset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
 3. Bank kemudian menawarkan asset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
 4. Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
 5. Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
 6. Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.
 7. Jika uang muka memakai kontrak '*urbun* sebagai alternatif dari uang muka, maka
 - a. jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, nasabah tinggal membayar sisa harga.
 - b. jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

- 3) Jaminan dalam Murabahah:
 1. Jaminan dalam Murabahah dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya.
 2. Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.
- 4) Utang dalam Murabahah:
 1. Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi Murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, nasabah tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
 2. Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, nasabah tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
 3. Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Nasabah tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.
- 5) Penundaan Pembayaran dalam Murabahah
 1. Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya.
 2. Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

6) Bangkrut dalam Murabahah

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai nasabah menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.²⁰

6. Manfaat dan Biaya Bagi BPRS

- a. Memberikan jasa layanan keuangan kepada masyarakat melalui produk perbankan sesuai dengan syariah.
- b. Perusahaan mendapat sumber pendapatan berupa margin.
- c. Merealisasikan pemberian fasilitas pembiayaan dengan mengalokasikan sumber daya manusia dan keuangan.

7. Manfaat dan Risiko Bagi Nasabah

- a. Dapat memenuhi kebutuhan nasabah melalui fasilitas perbankan dengan prinsip jual beli.
- b. Menanggung seluruh biaya yang muncul atas pembiayaan yang diterima.
- c. Wajib mengembalikan fasilitas pembiayaan yang diterima sesuai jadwal yang telah disepakati saat akad.

8. Identifikasi Risiko

- a. Gagal bayar atau wanprestasi dari nasabah merupakan potensi risiko kredit yang harus dihadapi BPRS.
- b. Bagian operasional memiliki potensi risiko yang diakibatkan oleh kejadian eksternal yang mempengaruhi operasional, kegagalan proses internal, kegagalan sistem, kesalahan manusia, dan/atau proses internal yang kurang memadai.
- c. Mitigasi risiko kredit:
 - Mengutamakan prinsip kehati-hatian terhadap aspek usaha dan/atau aspek karakter sebagai wujud analisa atas permohonan

²⁰Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah, <https://dsnemui.or.id> diakses pada tanggal 28 Mei 2022 pukul 20.19 WIB.

pembiayaan dari nasabah, meliputi analisa kapasitas usaha (*capacity*), keuangan (*capital*), dan/atau prospek usaha (*condition*).

- Pembiayaan diberikan jika nasabah menyerahkan agunan berupa: sertifikat pendidik asli, buku tabungan penerima pencairan TPG asli, dan kartu ATM beserta PIN-nya.

d. Mitigasi risiko operasional:

- Dalam menjalankan operasional harus melakukan kontrol dan pengawasan yang ketat terhadap sumber daya manusia, pentingnya memonitor *core banking system* agar selalu dalam keadaan normal untuk mendukung jalannya transaksi.

9. Target Pasar

Pembiayaan ini ditujukan bagi guru-guru yang sudah memiliki sertifikat pendidik dan menerima Tunjangan Profesi Guru di lingkungan Dinas Pendidikan dan Kementerian Agama.

10. Karakteristik

- a. Pembiayaan sertifikasi guru (sergu) diberikan BPRS dengan akad *Murabahah*.
- b. Pembiayaan diberikan BPRS hanya untuk pembiayaan konsumtif bukan modal kerja.
- c. Obyek *Murabahah* berupa barang seperti kendaraan bermotor, properti kerja, furniture, atau barang lainnya.
- d. BPRS dapat melakukan pembiayaan terhadap sebagian atau seluruh harga pembelian barang.
- e. BPRS dapat mewakilkan nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga yang mana barang tersebut atas nama BPRS.
- f. Biaya administrasi dapat dibebankan kepada nasabah dan tidak berkaitan dengan jumlah dan jangka waktu pembiayaan.
- g. BPRS memberikan plafond maksimal Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah) kepada masing-masing nasabah pembiayaan.

- h. Maksimal jangka waktu pembiayaan adalah 48 bulan.
- i. Nasabah diwajibkan membayar sisa pokok dan 4 kali tambahan margin jika terjadi pelunasan sebelum jatuh tempo.
- j. Nasabah harus memenuhi syarat-syarat administrasi seperti berikut:
 - Mengisi formulir permohonan
 - FC KTP suami istri
 - FC Kartu Keluarga
 - FC Ijazah terakhir
 - FC buku nikah
 - FC NPWP
 - FC sertifikat pendidik
 - FC SK PNS berkala baru
 - FC SK pembagian tugas/jam
 - SK yayasan (bagi non PNS)
 - FC mutasi tabungan (3 bulan terakhir)
 - Slip gaji 3 bulan terakhir
- k. Agunan atas pembiayaan sergu berupa:
 - Sertifikat pendidik asli
 - Buku tabungan rekening penerima pencairan TPG
 - ATM dan PIN rekening penerima pencairan TPG

11. Prosedur Pelaksanaan

- a. Permohonan Pembiayaan
 - Nasabah mengisi formulir permohonan pembiayaan.
 - Nasabah melengkapi persyaratan administrasi sesuai dengan ketentuan BPRS.
- b. Survey
 - Survey terhadap nasabah dilakukan oleh salah satu petugas yang ditunjuk oleh BPRS.
 - Survey meliputi aspek karakter, keuangan, kondisi ekonomi, arus keuangan dan jaminan.

c. Analisa Kelayakan

- Hasil survey akan dianalisa oleh petugas.
- Menerapkan prinsip kehati-hatian saat melakukan analisa.

d. Persetujuan Pembiayaan

Hasil analisa kelayakan diajukan dalam bentuk proposal pembiayaan kepada pihak pemutus pembiayaan.

e. Pencairan Pembiayaan

- Pencairan dapat dilakukan jika proposal pembiayaan telah disetujui.
- ATM dan PIN dicek keabsahannya oleh petugas melalui mesin EDC.
- Pencairan pembiayaan dilakukan sesuai dengan prosedur yang berlaku.
- Nasabah menyerahkan kwitansi penggunaan dana.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Perusahaan

Dalam Undang-Undang Perbankan No. 7 Tahun 1992 dijelaskan bahwa Bank Perkreditan Rakyat adalah lembaga keuangan bank yang dalam operasionalnya hanya menerima simpanan berbentuk deposito berjangka dan tabungan, dengan kata lain tidak menerima simpanan dalam bentuk giro serta tidak memberikan layanan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPR adalah lembaga keuangan bank yang melaksanakan operasional usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syari'ah, hal ini tercantum pada UU Perbankan No. 10 Tahun 1992.

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi merupakan salah satu unit bidang usaha keuangan yang dinaungi oleh Pesantren Maslakul Huda yang didirikan oleh alm. KH. MA Sahal Mahfudh. Melalui Unit Simpan Pinjam Syari'ah (USPS) Koperasi Eka Serba Abadi yang didirikan pada Februari 2002 menjadi awal dirintisnya sistem keuangan syari'ah di lingkungan Pesantren Maslakul Huda. Pada tanggal 28 Juni 2006 empat tahun setelah berdirinya Unit Simpan Pinjam Syari'ah (USPS) dan telah mendapat izin operasional dari Bank Indonesia maka resmi berubah menjadi PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.

Setelah melalui proses pemersiapan yang seksama, pada tanggal 14 November 2005 Pesantren Maslakul Huda memperoleh ijin prinsip untuk mendirikan bank syari'ah (Surat Keputusan Direktorat Perbankan Syari'ah Bank Indonesia Nomor 7/1776/DPbS) disusul dengan penerbitan ijin usaha pada tanggal 1 Juni 2006 (Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 08/46/KEP.GBI/2006), dan sejak tanggal 28 Juni 2006 mulai membuka diri

melayani masyarakat umum dengan modal awal Rp. 500.000.000,- (lima ratus juta rupiah).²¹

B. Visi dan Misi

Visi : “Membentuk lembaga keuangan mikro berbasis syari’ah yang sehat dan tangguh sebagai wujud kepedulian Pesantren Maslakul Huda terhadap masyarakat dan sebagai contoh bagi pesantren-pesantren lain.”

Misi :

- Memberikan jasa penyimpanan dana masyarakat di wilayah operasional PT. BPR Syari’ah Artha Mas Abadi.
- Memberikan jasa pembiayaan bagi usaha kecil di wilayah operasional PT. BPR Syari’ah Artha Mas Abadi.

C. Tujuan Pendirian

1. Mendorong pemberdayaan ekonomi dikalangan usaha kecil menengah khususnya dengan pola syari’ah.
2. Memperkuat kehidupan ekonomi syari’ah dalam kegiatan usaha kecil menengah.
3. Membangun semangat dan peran anggota masyarakat dengan kegiatan ekonomi syariah.

D. Lokasi Perusahaan

Sampai tahun 2022 PT. BPR Syari’ah Artha Mas Abadi memiliki 1 (satu) kantor pusat dan 3 (tiga) kantor kas dengan rincian alamat sebagai berikut :

1. Kantor Pusat

Jl. Raya Pati-Tayu Km. 19, Ds. Waturoyo, Margoyoso, Pati.

2. Kantor Kas:

○ Jl. Raya Winong-Pucakwangi Km. 02, Ds. Pekalongan, Winong, Pati.

○ Jl. Raya Tayu-Jepara Km. 07, Ds. Ngablak, Cluwak, Pati.

²¹<https://bprsama.wordpress.com> diakses pada tanggal 26 Mei 2022 pukul 21.20

o Jl. Mr. Iskandar No.1 C, Kalianyar, Pati.

E. Struktur Organisasi

Dewan Komisaris	<ol style="list-style-type: none">1. Komisaris Utama : H. Ahmad Mutamakin, S.Pd.I.2. Komisaris : H. Wakhrodi, S.Pd.I., M.Si
Dewan Pengawas Syariah	<ol style="list-style-type: none">1. H. Ghufron Halim, S.E., MM2. H. Ahmad Manhajussidad, Lc., MSI3. Dr. H. Ahmad Dimiyati, M.Ag
Direksi	<ol style="list-style-type: none">1. Direktur Utama : Hj. Sri Hariyani2. Direktur : H. Mumu Mubarak, SS, M.EI
Manajemen Risiko dan Kepatuhan	Muhtarul Jamil, S.E.
SPI / SKAI	Ahmad Hidayatullah, SHI
Koordinator Operasional	Endang Susilo Astuti, S.E.
Koordinator Kantor Kas	<ol style="list-style-type: none">1. Kas Winong : Agus Sa'roni, S.E.2. Kas Cluwak : Setiyono, S.E.I.3. Kas Pati : Moh. Sholeh, S.Sos. <p>(Kasir, Pembukuan/Penghubung, Office Boy/OB)</p>

Kantor Pusat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kasir : Lisa Rofiatin Nadliroh, S.E. 2. Adm Dep/Tab : Fitrotul Muna, S.E. 3. Adm Pembiayaan : -Isny Choiriyati, S.E.I. -Isro'atin Nikmah, S.E.I. 4. Administrasi Umum : Eka Septiana, S.E.I. 5. Administrasi SLIK & IT : Agus Supriyono, S.Kom 6. Pembantu Umum : Eka Fitra Firmansyah, S.Ak. 7. Driver : Ahmad Afifurrohman
Kantor Pelayanan Kas Winong	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kasir : Ana Fitria, S.Kom. 2. Pembukuan/Penghub. : M. Miftachus Surur, S.E.
Kantor Pelayanan Kas Cluwak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kasir : Kunarsih, S.Ak. 2. Pembukuan/Penghub. : Dwi Maryono
Kantor Pelayanan Kas Pati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kasir : - Ahmad Nailun Najih, S.E.I. - Meibya Maharani, A.Md 2. Pembukuan/Penghub. : -
Koordinator Pemasaran	Moh. Nurhadi, S.Pd.I.

<p>Pembantu Kord. Pemasaran Wilayah</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pusat : Muhtar Lutfi, S.E. 2. Winong : Agus Sa'roni, S.E. 3. Cluwak : Setiyono, S.E.I. 4. Pati : Moh. Sholeh, S.Sos. 5. Bid. Pengh Dana : Moh. Jadi, S.E. 6. Bid. Remedial : Ali Nurhadi
<p>Staff Pemasaran</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pusat : <ul style="list-style-type: none"> - Edi Sulistiyo, S.E. - Agus Sucipto, S.E. - M. Adib M., S.E.I. 2. Winong : <ul style="list-style-type: none"> - Syamsul Hadi, S.E. - Ahmad Sahadi, S.E. - Syaiful Anwar, S.E.Sy. 3. Cluwak : <ul style="list-style-type: none"> - Ahmad Ismail, S.Pd.I. - Agus Sutriyono - Ali Yusuf 4. Pati : <ul style="list-style-type: none"> - Abdul Sukur, S.E.Sy. - Teguh Irfanto, S.E.Sy. - Achmad Suwono

Berikut adalah uraian fungsi jabatan dan tugas pokok dari struktur organisasi di atas :

1. Dewan Komisaris

Fungsi

- a) Mewakili perusahaan dengan direksi untuk bertindak secara hukum jika terjadi hal-hal sengketa antara perusahaan dengan pihak lain.
- b) Menyampaikan kepada RUPS mengenai laporan pertanggung jawaban atas hasil operasional tahunan perusahaan.
- c) Mengkoordinasi penyampaian laporan keuangan tahunan (neraca dan laporan laba rugi) hasil audit akuntan publik kepada Bank Indonesia dan Departemen Keuangan serta Kantor Pelayanan Pajak setempat.
- d) Mengkoordinasi penyampaian laporan terkait segala perubahan yang menyangkut manajemen perusahaan, lokasi kantor, dan sebagainya kepada Bank Indonesia.

Tugas Pokok:

- a) Menyusun konsep yang akan disahkan pada RUPS seperti kebijakan umum dan kebijakan usaha sebagai refleksi dari tujuan perusahaan, filosofi perusahaan, dan strategi operasional perusahaan.
- b) Mengatur penyelenggaraan RUPS dan menyampaikan perkembangan perusahaan kepada pemilik saham.
- c) Memantau pengerjaan tugas-tugas direksi dalam mengkoordinasi operasional perusahaan. Dilihat dari hasil pencapaian yang mengarah ke tujuan perusahaan dan ketaatan direksi dalam menjalankan tugasnya terhadap peraturan-peraturan manajemen maupun peraturan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia.
- d) Menata penyusunan dan penyampaian laporan dewan komisaris secara periodik (laporan semesteran) kepada Bank Indonesia.

- e) Memberikan arahan kepada direksi agar mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, seperti arahan mengimplementasikan kebijakan umum, kebijakan iusaha, filosofi perusahaan, dan strategi operasional.

2. Direktur Utama

Fungsi

Mengkoordinasi, mengarahkan, dan mengawasi seluruh kegiatan operasional BPRS dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah tercantum pada Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan sejalan dengan peraturan pemerintah dan perundang-undangan yang berlaku.

Tugas Pokok:

- a) Menyusun strategi rencana kerja tahunan dan anggaran dana untuk mencapai tujuan perusahaan yang ditetapkan oleh komisaris.
- b) Mengintegrasikan dan mengatur kegiatan serta kepentingan perusahaan.
- c) Mengelola bank secara strategis untuk mencapai pertumbuhan tingkat kesehatan, tingkat rasio pembiayaan bermasalah, tingkat laba, dan efisiensi bank secara berkesinambungan pada tingkat yang optimal.
- d) Mengkoordinasi aktivitas penghimpunan dana dan penyaluran dana dalam rangka menjaga keseimbangan likuiditas.
- e) Membuat peraturan untuk menyusun prosedur dan sistem operasional sehari-hari.
- f) Meningkatkan, memelihara, mengamankan aset PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.
- e) Memastikan langkah dan mengusulkan penyelesaian pinjaman bermasalahan melalui jalur hukum dengan tetap berpedoman pada prinsip *cost and benefit*.
- f) Meningkatkan tingkat keterampilan dan profesionalisme sumber daya manusia yang memiliki bank secara optimal untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektivitas produktivitas yang telah ditetapkan.

- g) Menindak lanjuti hasil evaluasi penilaian kinerja karyawan penyeleksi, penempatan yang sesuai disesuaikan dengan jabatan atau bidang kemampuannya.
- h) Menjaga citra bank yang baik dan harmonis dengan masyarakat.
- i) Menjaga tercapainya target yang sesuai dengan anggaran dasar yang telah ditetapkan.
- j) Memelihara eksistensi perseroan.
- k) Menyusun dan mengevaluasi kebijakan mutu serta konsistensi penerapan sistem manajemen yang baik.
- l) Tugas dalam menerapkan prinsip mengenal nasabah pada operasional bank antara lain :
 - Menerapkan dan mengawasi pelaksanaan prinsip mengenal nasabah.
 - Memberi pengetahuan dan atau pelatihan bagi karyawan mengenai penerapan prinsip mengenal nasabah.
 - Mengenai nasabah yang dianggap mempunyai resiko tinggi termasuk penyelenggara negara, dan transaksi-transaksi yang dapat dikategorikan transaksi keuangan mencurigakan (*suppocious transaction*).

3. Direktur

Fungsi

Membantu Direktur Utama dalam menjalankan tugasnya mengelola kegiatan operasional yang lancar dan aman untuk kepentingan perusahaan dalam mencapai maksud dan tujuan perusahaan.

Tugas Pokok:

- a) Bekerja sama dengan direktur utama dalam menyusun anggaran dan strategi rencana kerja.
- b) Mengkoordinasikan pelayanan dan pemrosesan operasional dengan baik, aman, dan lancar.

- c) Bekerja sama dengan direktur utama untuk mengontrol laporan keuangan dan laporan lainnya untuk disampaikan kepada Bank Indonesia, Dewan Komisaris, serta pihak terkait lainnya.
- d) Memastikan bahwa sistem dan prosedur operasional kegiatan bank dilaksanakan sesuai ketentuan yang berlaku.
- e) Melakukan tindak lanjut terkait hasil evaluasi atau pemeriksaan Bank Indonesia, Dewan Komisaris, dan SPI.
- f) Menjaga keharmonisan kerja antar karyawan agar tercipta budaya kerja yang positif.
- g) Memberi pengarahan, dorongan motivasi, pembinaan, dan bimbingan pada seluruh karyawan.
- h) Melakukan evaluasi penilaian karyawan dan memberikan kesempatan bagi karyawan dalam pengembangan karir.
- i) Menindak lanjuti kebijakan yang ditentukan oleh direktur utama.
- j) Menanggapi keluhan nasabah sesuai kewenangannya.
- k) Membantu direktur utama dalam menyusun dan mengevaluasi kebijakan mutu serta menjaga konsistensi penerapan sistem manajemen yang baik.
- l) Membantu direktur utama dalam penerapan prinsip mengenal nasabah pada operasional bank.

4. Bagian Administrasi Pembiayaan

Fungsi

- a) Mengoperasikan seluruh fungsi administrasi dan pengarsipan yang berhubungan dengan data-data dari nasabah pembiayaan.
- b) Bertanggung jawab atas pengelolaan agunan nasabah yang berbentuk surat berharga atau dokumen-dokumen lain selama dijaminkan kepada BPRS beserta menjamin keabsahan administrasinya.

Tugas Pokok:

- a) Melayani nasabah pembiayaan yang melakukan pembayaran angsuran dan melunasi angsuran.
- b) Melakukan pengecekan formulir permohonan pembiayaan yang telah diisi oleh nasabah beserta kelengkapan persyaratannya. Memeriksa atau mengecek keaslian atau kebenaran barang-barang agunan dalam pembiayaan.
- c) Membuat pelaporan yang berkaitan dengan fasilitas pembiayaan baik laporan intern maupun ekstern.
- d) Menerima, menyimpan dan mentata usahakan barang agunan pembiayaan.
- e) Membuat dan menyerahkan tanda terima agunan asli kepada nasabah.
- f) Mengarahkan nasabah untuk menandatangani buku register agunan sebagai bukti penyerahan kembali agunan.
- g) Mengarsip slip angsuran, kwitansi, dan slip realisasi pembiayaan.
- h) Menyiapkan dan mengajukan berkas-berkas yang sudah siap untuk dikontrol oleh bagian yang berwenang.
- i) Menghubungi pihak notaris apabila ada realisasi yang ditentukan menggunakan pengikatan notaris.
- j) Membuat laporan atas pemakaian dan persediaan materai setiap harinya.
- k) Membuat atau menyusun PPAP penempatan pada bank lain dan pembiayaan untuk diajukan ke Direktur.
- l) Melaksanakan tugas insidental dari atasan yang berhubungan dengan administrasi pembiayaan.

5. Kasir/Teller

Fungsi

- a) Melayani transaksi harian secara tunai di counter.
- b) Mengelola kas dan uang tunai.
- c) Memberi informasi dan penjelasan tentang produk dan jasa.

Tugas Pokok:

- a) Menyimpan dan menjaga dengan baik box teller.
 - b) Menuliskan jam keluar dan masuk serta membubuhkan paraf pada buku catatan khasanah utama.
 - c) Melakukan penarikan, pembayaran dan pencairan dana secara tunai.
 - d) Memeriksa keaslian dan kondisi uang pada setiap transaksi.
 - e) Melaksanakan pengecekan ulang pada tengah hari sebelum istirahat.
 - f) Memelihara persediaan uang tunai sesuai kebutuhan.
 - g) Melaksanakan aturan tentang penetapan kas maksimum dan minimum harian.
 - h) Membuat laporan transaksi kas harian.
 - i) Membuat laporan perincian mata uang.
 - j) Mencocokkan transaksi harian dengan nominal uangnya.
 - k) Mengakses mutasi harian ke komputer sesuai dengan passwordnya.
 - l) Mengadministrasikan titipan setoran.
 - m) Membuat laporan selisih kasir bila ada.
 - n) Membuat laporan uang palsu bila ada.
 - o) Pembayaran tagihan: koran, majalah, air minum, ekspedisi, listrik, telepon, dll.
 - p) Melaksanakan tugas insidental dari atasan yang berhubungan dengan kegiatan kasir.
6. Koordinator Bagian Pemasaran
- Fungsi
- a) Memantau pelaksanaan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana sesuai dengan proyeksi yang telah dibuat oleh perusahaan
 - b) Mengkoordinasikan penasar dan pengelolaan pembiayaan, tabungan dan deposito.
 - c) Menganalisa kinerja dan pencapaian bagian marketing.

- d) Merencanakan pengembangan produk-produk baru, pembiayaan, tabungan dan deposito.
- e) Melaporkan seluruh hasil kinerja bagian marketing kepada direksi.
- f) Melaksanakan koordinasi dan supervise dibidang pemasaran.
- g) Memantau kegiatan pembiayaan, menjaga kualitas pembiayaan dan optimalisasi penyelesaian pembiayaan bermasalah.

Tugas Pokok:

- a) Memeriksa dan memberikan persetujuan (dalam bentuk paraf pada surat perjanjian) atas Perjanjian Kerja Sama dengan instansi swasta maupun pemerintah, proposal pembiayaan, berkas hasil pemeriksaan staff pembiayaan, dan pada Surat Pemberitahuan Tagihan yang akan dikirimkan kepada nasabah.
- b) Melakukan survei lapangan lanjutan (apabila perlu dilakukan) atas agunan yang diserahkan nasabah.
- c) Ikut serta dalam memasarkan produk BPRS dengan staff pemasaran dan menangani tabungan, depositio dan pembiayaan ketika terjadi masalah.
- d) Merencanakan, mengusulkan, dan melaksanakan upaya-upaya untuk menjaga kualitas pembiayaan agar dalam kondisi lancar.

7. Pembantu Koordinator Pemasaran Wilayah

Fungsi

- a) Bersama dengan kabag pemasaran merencanakan kegiatan menghimpun dana dan melakukan pembiayaan.
- b) Memberikan arahan dan motivasi kepada AO (*Account Officer*) di wilayah kerja masing-masing.
- c) Mengkoordinasi tugas pemasaran kepada AO di wilayah kerja masing-masing.
- d) Menjaga hubungan antara pihak BPRS dengan debitur/kreditur maupun instansi tempat mereka bekerja, baik instansi swasta maupun pemerintah.

- e) Menganalisa kinerja atas pencapaian kinerja AO di wilayah kerja masing-masing.
- f) Dapat memberikan kritik dan saran kepada kabag pemasaran terkait produk-produk BPRS.
- g) Melaporkan seluruh hasil kinerja AO di wilayah kerjanya kepada kabag pemasaran.
- h) Melaksanakan koordinasi dan supervisi di bidang pemasaran.

Tugas Pokok:

- a) Memeriksa dan memberikan persetujuan dalam bentuk paraf atas proposal pembiayaan di wilayah kerjanya.
 - b) Memeriksa dan memberikan persetujuan pada hasil analisa pembiayaan dari AO.
 - c) Melakukan survey lapangan lanjutan (bila perlu) atas jaminan yang diserahkan debitur.
 - d) Memeriksa dan memberikan dalam bentuk paraf atas Kwitansi Penerimaan Angsuran (KPA) dan Kwitansi Serah Terima Angsuran (KSTA) yang akan diserahkan kepada instansi dan debitur berdasarkan daftar tagihan pembiayaan pegawai.
 - e) Memeriksa dan memberikan persetujuan (dalam bentuk paraf) pada surat teguran yang dikirimkan kepada kreditur, pada Surat Pemberitahuan Sita Jaminan maupun pada surat kuasa untuk penyitaan jaminan.
 - f) Ikut serta dengan AO wilayah kerja dalam memasarkan dan menangani tabungan, deposito dan pembiayaan ketika terjadi masalah.
 - g) Ikut serta dengan AO untuk melakukan pembinaan nasabah dalam rangka mengevaluasi dan menangani pembiayaan non lancar.
8. Satuan Pengawas Intern (SPI)

Fungsi

Menjaga dan mengawasi agar operasional berjalan sesuai dengan peraturan

perundang-undangan yang berlaku dan secara tidak langsung melakukan peningkatan efisiensi dan efektivitas kerja dalam mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Tugas Pokok:

- a) Mengawasi penyelenggaraan tata kerja dan prosedur di lingkungan perusahaan berdasarkan ketentuan yang berlaku.
- b) Melakukan penanganan harian terhadap kegiatan operasional, pembukuan dan keputusan manajemen secara umum.
- c) Merekap pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan.
- d) Melakukan pemantauan terhadap penerapan sistem dan prosedur operasional pemberian pembiayaan dan/atau pelayanan lainnya kepada nasabah.
- e) Melakukan pengawasan atas pelaksanaan peraturan pemerintah, Bank Indonesia, dan kaidah-kaidah lainnya oleh perusahaan.
- f) Memberikan rekomendasi perbaikan atas temuan di lapangan kepada direksi.
- g) Memberikan saran atau pertimbangan kepada direksi tentang langkah-langkah atau tindakan-tindakan yang perlu diambil di bidang tugasnya.

9. Administrasi Tabungan dan Deposito

Fungsi

- a) Melayani nasabah tabungan dan deposito.
- b) Melayani pembukaan hingga penarikan tabungan dan pencairan deposito.
- c) Melayani administrasi penarikan tabungan dan pencairan deposito.
- d) Mengelola seluruh fungsi administrasi dan pengarsipan yang terkait dengan data-data nasabah tabungan dan deposito.
- e) Menyimpan dan menjaga formulir blanko untuk penerbitan dokumen/surat berharga seperti bilyet deposito dan buku tabungan.
- f) Melakukan verifikasi atas seluruh transaksi yang berkaitan dengan tabungan dan deposito.

Tugas Pokok:

- a) Menyampaikan informasi kepada calon nasabah mengenai syarat-syarat pembukaan rekening tabungan dan deposito serta karakteristik dari masing-masing produk tersebut.
- b) Mengatur penggunaan blanko deposito (menurut register).
- c) Melakukan proses pembukaan sampai dengan pencairan deposito dan tabungan.
- d) Menata dan mengatur tabungan yang aktif dan non aktif beserta kartu tabungannya.
- e) Menghitung bagi hasil dan pajak deposito pada setiap tanggal pemberian bagi hasil atas rekening deposito.
- f) Mencatat bagi hasil dan pajak tabungan pada kartu tabungan.
- g) Mencocokkan posisi deposito/tabungan menurut catatan pembukuan.
- h) Melakukan verifikasi atas transaksi penyetoran tunai.
- i) Membuat laporan nominatif deposito/tabungan setiap bulan.
- j) Memerbarui kartu tabungan/buku tabungan yang rusak atau penuh.
- k) Mencocokkan specimen tanda tangan penabung pada slip setoran dan mengarsipnya.
- l) Membuat rekap bagi hasil tabungan dan deposito yang menjadi obyek pajak tiap akhir bulan.
- m) Mencatat setiap transaksi penyetoran tunai dan penarikan tunai ke dalam kartu tabungan dan buku tabungan nasabah.
- n) Meregister mutasi tabungan/deposito setiap hari.
- o) Menandai buku tabungan yang rekeningnya telah ditutup oleh nasabah.
- p) Menerbitkan dan memproses Bilyet Deposito.
- q) Memeriksa tanggal jatuh tempo deposito secara berkala dan melakukan konfirmasi kepada nasabah terkait.

- r) Melakukan *updating* atas database nasabah yang melakukan perpanjangan deposito.
- s) Melakukan pengkinian data dengan mengecek database nasabah.
- t) Melaksanakan prinsip mengenal nasabah (*Know Your Customer Principle*).
- u) Memberikan pelayanan terbaik dan memuaskan kepada setiap calon nasabah maupun nasabah yang datang ke BPRS.
- v) Melaksanakan tugas insidental dari atasan yang berkaitan dengan administrasi tabungan dan deposito.

10. Koordinator Bagian Operasional/Umum

Tugas Pokok:

- a) Mengawasi proses pembukuan mulai dari pencatatan transaksi sampai dengan laporan-laporan.
- b) Menjaga keakuratan proses pembukuan.
- c) Melakukan proses verifikasi transaksi pembukuan berdasarkan bukti pembukuan yang ada.
- d) Memberikan persetujuan atas pembukuan dan penutupan transaksi.
- e) Memastikan semua kegiatan bagian operasional telah di buku pada hari tersebut.
- f) Memeriksa transaksi harian.
- g) Memberikan laporan keuangan kepada direksi.
- h) Mencetak laporan keuangan seperti neraca, laba rugi, buku besar, buku besar pembantu, dan lain-lain.
- i) Menyiapkan data untuk membuat perencanaan anggaran keuangan tahunan.
- j) Memproses dan mengatur pengambilan dan penyetoran uang ke bank lain.
- k) Menyiapkan laporan-laporan yang akan diperiksa oleh Bank Indonesia sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku.

- l) Menyiapkan perhitungan, pelaporan, dan pembayaran pajak bulanan dan tahunan serta menyampaikannya ke kantor pelayanan pajak setempat.
- m) Membuat laporan yang ditujukan kepada LPS sesuai dengan ketentuan.
- n) Bertanggungjawab atas penyimpanan, menjaga keamanan dan penggunaan bilyet deposito dan buku tabungan.
- o) Memberikan masukan kepada direksi dalam pembuatan perencanaan anggaran maupun kebijakan operasional.
- p) Menerima dan mewartahi kritik atau saran dari nasabah maupun karyawan bagian layanan untuk diteruskan kepada direksi.
- q) Melaporkan kegiatan transaksi yang mencurigakan kepada direksi.
- r) Melaksanakan tugas insidental dari atasan yang berkaitan dengan tugas koordinator umum.
- s) Melaksanakan prinsip mengenal nasabah (*Know Your Customer Principle*).

Tanggung Jawab:

- a) Bertanggungjawab penuh dalam melaksanakan koordinasi dan pelaksanaan kegiatan bagian-bagian pelayanan dan menata laksanakan akuntansi harian.
- b) Menjamin kecukupan persediaan uang tunai sehingga terjaga likuiditas.
- c) Menjaga kelancaran hubungan kerja bagian layanan.
- d) Menjaga kelancaran proses aplikasi pembukuan dan pengarsipan.

11. Staff Umum

Fungsi

- a) Menangani seluruh masalah yang berkaitan dengan sistem informasi dan komputer di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.
- b) Memberikan dukungan dan menjamin kelancaran operasional sehari-hari dengan adanya sistem komputer yang memadai.
- c) Membantu koordinator operasional dalam menjalankan tugasnya.

Tugas Pokok:

- a) Monitoring kehadiran karyawan.
- b) Monitoring pelaksanaan jadwal pembacaan doa pagi dan *morning breafing*.
- c) Memantau kelayakan inventaris kantor (komputer, kendaraan, dll).
- d) Melaksanakan tugas-tugas protokoler (sesuai kebutuhan).
- e) Membuat surat keluar, menerima surat masuk, pengarsipan surat dan lamaran kerja yang masuk.
- f) Pembebanan: penyusunan inventaris dan amortisasi biaya dibayar dimuka.
- g) Membuat draf gaji direksi, karyawan, serta honorarium komisaris dan DPS untuk diajukan ke direksi.
- h) Membantu koordinator operasional dalam membuat buku besar dan buku pembantu.
- i) Membantu koordinator operasional dalam membuat laporan-laporan yang dibutuhkan oleh BI, LPS, dan pihak-pihak yang ditentukan sesuai dengan kebutuhan yang berlaku.
- j) Memelihara sarana komunikasi jaringan data sehingga fasilitas online selalu terjaga.
- k) Melaksanakan tugas insidental dari atasan.

12. Pembantu Umum

Fungsi

Membantu seluruh pegawai dalam menjalankan operasional kantor dan menjaga serta memelihara seluruh peralatan dan perlengkapan yang ada di kantor.

Tugas Pokok:

- a) Mengontrol cadangan air mineral.
- b) Update persediaan ATK dan barang cetak.

- c) Memelihara sarana komunikasi jaringan data sehingga fasilitas online selalu terjaga.
- d) Tugas-tugas protokoler (sesuai kebutuhan).
- e) Membantu kebutuhan kerja karyawan-karyawan lain.

13. Staff Pemasaran

Fungsi

- a) Merencanakan dan melaksanakan kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.
- b) Menjaga hubungan antara pihak BPRS dengan mitra maupun instansi tempat kerja mitra, baik instansi swasta maupun milik pemerintah.
- c) Memberikan kritik dan saran kepada koordinator pemasaran terkait pengembangan produk pembiayaan maupun produk tabungan dan deposito.
- d) Menjaga kualitas pembiayaan dan optimalisasi penyelesaian pembiayaan bermasalah.

Tugas Pokok:

- a) Memasarkan produk-produk dan jasa layanan yang dimiliki perusahaan.
- b) Membuat rencana kunjungan (survey) kepada nasabah.
- c) Melaksanakan usaha pencapaian target yang telah dibebankan oleh perusahaan dalam memperoleh pendapatan.
- d) Melengkap data serta menganalisa atas pengajuan permohonan pembiayaan untuk menjamin kelancaran proses pengajuan proposal pembiayaan kepada atasan.
- e) Melaksanakan pembinaan dan monitoring atas aktifitas nasabah serta memastikan usaha nasabah berjalan dengan baik sebagaimana yang diproyeksikan dalam analisa.

- f) Membina hubungan baik dengan nasabah funding dan lending.
- g) Menggali informasi mengenai karakter, kegiatan usaha, dan produk usaha dari nasabah maupun calon nasabah untuk menggambarkan kelangsungan usaha nasabah yang sedang dibiayai.
- h) Melakukan pengawasan pembiayaan baik secara administratif maupun di lapangan.
- i) Melakukan penagihan tunggakan pembiayaan nasabah sehingga tetap dalam kolektifitas lancar.
- j) Mengidentifikasi dan mengamankan resiko-resiko yang akan timbul.
- k) Melakukan analisa atas pembiayaan nasabah sehingga tetap dalam kolektifitas lancar.
- l) Membuat laporan bulanan atas pencapaian pendapatan.
- m) Menyampaikan informasi dan menyusun laporan potensi pasar yang bertujuan untuk pengembangan produk.
- n) Melakukan pembinaan secara rutin terhadap nasabah.
- o) Mengutamakan prinsip kehati-hatian (*prudential banking*) dan menerapkan prosedur pembiayaan yang sehat dalam penyaluran dana.
- p) Dalam menjalankan funding selalu menerapkan prinsip mengenal nasabah (*Know Your Customer Principles*).
- q) Melaksanakan tugas insidental dari batasan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran.

14. Koordinator Kantor Pelayanan Kas (KPK)

Fungsi

- a) Mendukung pencapaian target perusahaan yang mampu memenuhi kepentingan manajemen.
- b) Mengarahkan untuk mematuhi kebijakan dan SOP yang telah ditetapkan.

Tugas Pokok:

- a) Membantu manajemen dalam menguraikan kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan sistem serta prosedur bagi unit kerja KPK.
- b) Mengidentifikasi kemungkinan peningkatan efisiensi pada jajaran KPK termasuk merencanakan sumber daya manusia yang diperlukan oleh KPK.
- c) Menyusun rancangan rencana kerja secara periodik yang terkait dengan pembinaan dan pengembangan KPK.
- d) Melakukan koordinasi dan pengawasan terhadap kegiatan pelaksanaan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan.

F. Sistem dan Produk di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi dalam pelayanannya menawarkan kepada nasabah atau calon nasabah berbagai produk simpanan, pembiayaan, dan gadai. Produk yang ditawarkan sebagai berikut:²²

A. Produk Penyimpanan Dana

1. Tabungan iB Wadiah

Tabungan iB Wadiah merupakan tabungan yang dikelola dengan sistem titipan (wadiah).

Fitur dan Biaya :

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah
2. Bonus tabungan kompetitif
3. Minimum setoran awal Rp.25.000

²² brosur produk layanan PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi

4. Minimum setoran berikutnya Rp.5.000
 5. Saldo minimum Rp.10.000
 6. Biaya tutup rekening Rp.5.000
2. Tabungan iB Mudharabah
- Tabungan iB Mudharabah merupakan tabungan yang dikelola dengan sistem bagi hasil. Tabungan iB Mudharabah memiliki beberapa jenis produk seperti dibawah ini :
- a) Tabungan iB Haji

Membantu mewujudkan niat nasabah beribadah haji lebih mudah dan terencana.

Ketentuan :

 - Setoran awal minimal Rp. 100.000
 - Setoran selanjutnya minimal Rp.100.000
 - Nisbah bagi hasil ditetapkan sesuai dengan akad perjanjian
 - Pengambilan tabungan hanya dapat dilakukan untuk pembayaran ongkos naik haji (ONH)
 - b) Tabungan iB Qurban

Membantu merencanakan dan mewujudkan niat nasabah untuk melaksanakan ibadah Qurban.

Ketentuan :

 - Setoran awal minimal Rp.50.000
 - Setoran selanjutnya minimal Rp.50.000 per bulan
 - Nisbah bagi hasil ditetapkan sesuai dengan akad perjanjian
 - Penarikan tabungan dapat dilakukan pada awal Bulan Dzulhijjah atau jika pengendapan sudah sampai satu tahun
 - c) Tabungan iB Masa Depan

Membantu nasabah dalam merencanakan masa depan (rencana pernikahan, persalinan, hari tua, dll).

Ketentuan :

- Setoran awal minimal Rp. 100.000
- Setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000 per bulan
- Nisbah bagi hasil ditetapkan sesuai dengan akad perjanjian
- Jangka waktu minimal 3 tahun

d) Tabungan iB Pendidikan

Membantu nasabah dalam merencanakan biaya pendidikan

Ketentuan :

- Setoran awal minimal Rp.100.000
- Setoran selanjutnya minimal Rp.50.000 per bulan
- Nisbah bagi hasil ditetapkan sesuai dengan akad perjanjian
- Jangka waktu menyesuaikan dengan jenjang pendidikan anak

Syarat Pembukaan

1. Mengisi formulir pembukaan rekening
2. Melampirkan fotocopy identitas diri berupa KTP/SIM/Kartu Pelajar
3. Melampirkan fotocopy Akte Kelahiran (untuk tabungan pendidikan)

Keunggulan Produk Simpanan Dana

1. Dikelola dengan sistem syariah
2. Bagi hasil/bonus kompetitif
3. Bebas biaya administrasi bulanan
4. Dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) sampai dengan 2 Milyar Rupiah
5. Menjadi salah satu alternatif untuk merencanakan masa depan lebih baik
6. Menjadi salah satu alternatif investasi yang aman dan terpercaya
7. Mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang nyaman

8. Mendapatkan souvenir menarik langsung pada saat pembukaan rekening
 9. Mendapatkan bingkisan berupa perlengkapan sekolah untuk tabungan pendidikan
3. Tabungan Simpel iB (Simpanan Pelajar)
- Tabungan yang diperuntukkan bagi siswa/pelajar yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah (KPJKS) dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan ini memiliki nominal minimal Rp 1.000,- untuk setiap setorannya.
4. Deposito iB Mudharabah
- Deposito iB Mudharabah merupakan layanan investasi berjangka yang dikelola dengan sistem bagi hasil (Mudharabah).
- Ketentuan :
- Setoran minimal Rp. 1.000.000
 - Jangka waktu 3,6 dan 12 bulan.
 - Nisbah bagi hasil ditetapkan sesuai dengan akad perjanjian.
 - Pencairan bisa dilakukan pada saat jatuh tempo

B. Penyaluran Dana

1. Pembiayaan iB Murabahah

Pembiayaan iB Murabahah merupakan salah satu jenis pembiayaan yang menggunakan prinsip jual beli.

- Fleksibel untuk memenuhi kebutuhan investasi maupun kebutuhan konsumtif
- Melayani kebutuhan kepemilikan barang yang dibutuhkan dengan menggunakan prinsip jual beli
- Pembayaran angsuran secara bulanan
- Agunan dapat berupa tanah atau kendaraan bermotor

- Margin keuntungan yang kompetitif
 - Jangka waktu mulai dari 10 bulan sampai dengan 60 bulan
2. Pembiayaan iB Musyarakah
- Pembiayaan iB Musyarakah merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil.
- Melayani kebutuhan untuk tambahan modal kerja bagi pelaku usaha musiman
 - Cocok untuk usaha pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan maupun konstruksi
 - Pembayaran modal dan bagi hasil dilakukan pada saat jatuh tempo
 - Agunan dapat berupa tanah atau kendaraan bermotor
 - Bagi hasil yang kompetitif.
 - Jangka waktu mulai 4, 5, 6 dan 9 bulan.
3. Pembiayaan iB Multijasa
- Pembiayaan iB Multijasa merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan akad ijarah.
- Menjadi solusi persoalan keuangan ummat di bidang ibadah Haji dan Umroh, pendidikan, kesehatan, hajatan (khitan dan pernikahan).
 - Agunan dapat berupa tanah atau kendaraan bermotor
 - Ujroh atau fee kompetitif
 - Jangka waktu mulai dari 10 bulan sampai dengan 60 bulan.
4. Pembiayaan iB Gadai Emas
- Pembiayaan iB Gadai Emas merupakan jenis pembiayaan dengan menggunakan prinsip Qardh, Ijarah dan Rahn
- Merupakan solusi persoalan keuangan tanpa harus kehilangan perhiasan
 - Biaya penyimpanan yang kompetitif
 - Jangka waktu 4 bulan

Syarat-syarat Pembiayaan

1. Mengisi formulir permohonan pembiayaan
 2. Fotocopy KTP berlaku pemohon (suami dan istri) rangkap lima
 3. Fotocopy KTP berlaku salah satu orang tua (bila pemohon masih lajang)
 4. Fotocopy Kartu Keluarga pemohon pembiayaan
 5. Bagi pengajuan pembiayaan dengan agunan kendaraan bermotor menyertakan:
 - a) Fotocopy BPKB motor agunan
 - b) Fotocopy STNK dan pajak yang berlaku
 - c) Asli gesekan rangka dan nomor mesin motor
 - d) Kartu keluarga pemilik agunan jika agunan milik orang lain (bukan milik pribadi)
 6. Bagi pengajuan pembiayaan dengan agunan tanah atau bangunan:
 - a) Fotocopy sertifikat tanah atau bangunan
 - b) Fotocopy KTP berlaku suami dan istri
 - c) Kartu keluarga pemilik sertifikat jika agunan milik orang lain (bukan milik pribadi)
 - d) SPPT asli
- Biaya-biaya
1. Biaya administrasi
 2. Biaya materai
 3. Biaya asuransi jiwa
 4. Biaya pengikatan notaris (untuk jenis pengikatan APHT/SKMHT dan fidusia)
- Keunggulan
1. Proses cepat dan mudah
 2. Dikelola dengan mengedepankan sistem syari'ah

3. Menjadi salah satu alternative untuk membantu usaha lebih maju dan berkembang
4. Menjadi salah satu alternatif pembiayaan untuk mengatasi persoalan keuangan masyarakat
5. Pelayanan dan fasilitas terbaik dan nyaman
6. Menjadi mitra usaha yang ramah, amanah dan berkah

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati dalam memasarkan produk pembiayaan sertifikasi guru menggunakan strategi 7 P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*).²³

1. Strategi Produk (*Product*)

Strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru dengan menonjolkan keunggulan-keunggulan dari produk tersebut. Penulis berpendapat bahwa hal tersebut tentunya akan efektif untuk menarik minat masyarakat khususnya guru agar mendapatkan fasilitas pembiayaan sehingga dapat memenuhi kebutuhan. Keunggulan produk pembiayaan sertifikasi guru meliputi:

- a) Memiliki persyaratan yang mudah dan tidak memerlukan waktu lama dalam prosesnya, maksimal 1 minggu untuk pencairan.
- b) Dikelola menggunakan sistem syariah yang di dalamnya menganut sistem bagi hasil, berbeda dengan sistem konvensional yang terdapat riba dalam operasionalnya.
- c) Menjadi salah satu alternatif untuk menangani permasalahan keuangan umat dalam hal konsumtif seperti pembelian kendaraan bermotor, furniture rumah, dsb).
- d) Fasilitas yang nyaman dengan tersedianya kantor yang aman, bersih, dan fasilitas pelayanan call center yang dapat dihubungi dengan mudah dan murah.
- e) Menjadi mitra keuangan yang sesuai untuk para guru karena produk sergu akan membantu guru dalam memenuhi kebutuhan mereka.

²³ Wawancara dengan bapak Moh. Nurhadi, koordinator pemasaran kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, 24 Mei 2022, pukul 09.58 WIB

- f) Sisa Tunjangan Profesi Guru (TPG) disimpan dalam rekening tabungan nasabah dan dapat diambil sewaktu-waktu.²⁴

Strategi ini sudah cukup efektif untuk diterapkan, namun strategi ini dapat diperbaiki agar produk menjadi lebih berkualitas. Menurut pendapat penulis dari segi pengelolaan produk pembiayaan sertifikasi guru sendiri masih dapat diperbaiki dengan meningkatkan pengelolaan dana, contohnya memberikan pembiayaan yang tepat sasaran dan selalu menerapkan prinsip kehati-hatian agar tidak terjadi pembiayaan bermasalah.

2. Strategi Harga (*Price*)

Dalam strategi harga PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi memberikan plafond pinjaman tinggi maksimal Rp. 100.000.000,- kepada masing-masing nasabah dengan margin sebesar 1,5%. Sedangkan untuk angsuran setiap bulannya bersumber dari TPG nasabah yang mana angsuran maksimal 90% dari TPG, 10% sisa TPG masuk ke rekening tabungan di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi dan dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah. Jangka waktu pembiayaan maksimal 48 bulan.²⁵

Menurut penulis strategi ini sangat efektif untuk menarik minat masyarakat khususnya kalangan PNS atau Non-PNS. Pemberian plafond yang tinggi tentunya menjadi minat tersendiri bagi nasabah karena nasabah merasa kebutuhannya akan terpenuhi dengan pemberian plafond tinggi dan margin rendah jika dibandingkan dengan BPRS lain yang memiliki margin di atas 2%. Namun kekurangan dari strategi ini yaitu persaingan dengan BPRS lain yang dapat memberikan plafond pembiayaan yang lebih tinggi dari PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.

3. Strategi Tempat (*Place*)

²⁴Wawancara dengan bapak Moh. Nurhadi, koordinator pemasaran kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, 24 Mei 2022, pukul 09.58 WIB

²⁵*Ibid*

Lokasi kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi berada didekat Jl. Raya Pati-Tayu sangat strategis karena masyarakat dengan mudah mengetahui keberadaan PT.BPR Syari'ah Artha Mas Abadi. Sedangkan kantor kas yang terletak di beberapa daerah di kabupaten Pati dapat membantu nasabah untuk menjangkaunya sehingga lingkup pemasarannya menjadi luas.²⁶

Dengan adanya kantor pelayanan kas di beberapa daerah di kabupaten Pati dinilai sangat efektif dalam memasarkan produk pembiayaan sertifikasi guru. Dapat menjangkau nasabah lebih banyak, di sisi lain nasabah yang akan mengajukan pembiayaan, menerima pencairan pembiayaan, dan mengambil tabungan sisa TPG tidak perlu menempuh perjalanan jauh ke kantor pusat karena dapat diambil di kantor pelayanan kas terdekat.

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah kegiatan menginformasikan sebuah produk, membujuk untuk membeli dan memakai produk, dan mengingatkan calon nasabah terhadap produk tersebut. PT.BPR Syari'ah Artha Mas Abadi melakukan pemasaran produk dengan beberapa cara:²⁷

a. *Personal Selling*

Kegiatan personal selling adalah interaksi secara langsung yang terjadi antara *marketer* dengan calon nasabah atau. Dalam hal ini tim marketing PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi mempromosikan produk pembiayaan sertifikasi guru dengan cara mendatangi sekolah-sekolah atau perkumpulan kepala Madrasah/lembaga dan perkumpulan guru-guru seperti Ikatan Guru Raudhatul Athfal (IGRA) dan Ikatan Guru Taman Kanak-Kanak (IGTK). Promosi *personal selling* juga dapat terjadi melalui

²⁶Wawancara dengan bapak Moh. Nurhadi, koordinator pemasaran kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, 25 Februari 2022, pukul 10.15 WIB

²⁷*Ibid*

omongan dari mulut ke mulut.²⁸ Karena PT.BPR Syar'ah Artha Mas Abadi berada di bawah naungan pesantren Maslakul Huda yang mana pesantren ini juga memiliki sekolah jadi promosi *personal selling* juga dapat terjadi karena informasi dari seorang guru di dalam sekolah tersebut kepada guru-guru lain.

b. Periklanan

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi melakukan periklanan dengan mencetak brosur yang berisi latar belakang berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, produk-produk penghimpun dana dan penyaluran dana beserta persyaratan administrasi dan keunggulan produk. Brosur tersebut akan dibagikan kepada guru-guru di sekitar wilayah kerja PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi dan disediakan juga di meja pelayanan sehingga siapa saja dapat mengambil brosur tersebut. Selain itu juga memanfaatkan media masa untuk melakukan promosi, seperti *website* yang dapat diakses oleh semua orang.²⁹

Pada strategi ini penulis berpendapat jika strategi promosi di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi dapat lebih dikembangkan seperti pemanfaatan media sosial. Dari hasil pengamatan penulis pemanfaatan media sosial untuk pemasaran produk masih kurang maksimal. PT. BPR Syari'ah. Artha Mas Abadi sudah memiliki akun instagram dan facebook namun kurang dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran produk, hanya berisi foto-foto bersama dan beberapa pamphlet saja. Pemasaran melalui media sosial saat ini masih menjadi *trend*, hal ini tentunya memberikan peluang besar untuk mendapatkan lebih banyak nasabah karena media sosial dapat diakses oleh banyak kalangan. Jika pemanfaatannya lebih dimaksimalkan akan menjadi peluang untuk mencapai target perusahaan.

²⁸*Ibid*

²⁹*Ibid*

5. Strategi SDM (*People*)

Mayoritas karyawan atau SDM di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi memiliki latar belakang pendidikan S1 ekonomi syariah dan hukum ekonomi syariah, serta memiliki pengalaman bekerja di lembaga keuangan sehingga memiliki profesionalitas dalam bekerja. Perusahaan memberikan pelayanan terbaik dengan menerapkan 3S (Senyum, Sapa, Salam). Karyawan diharuskan dapat berkomunikasi dengan baik ketika melayani nasabah baik komunikasi secara langsung maupun melalui telfon atau SMS.³⁰

Dengan latar belakang karyawan yang berpendidikan sarjana dapat mendukung pelayanan dan operasional karena mereka memiliki bekal ilmu yang di dapat saat kuliah dan beberapa pengalaman dari magang, pengalaman kerja sebelumnya, atau pelatihan lainnya. Untuk meningkatkan profesionalitas karyawan PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi bisa menyelenggarakan pelatihan di bidang yang dirasa kurang maksimal dalam pelaksanaannya.

6. Strategi Proses (*Process*)

Alur permohonan pembiayaan harus dilakukan sendiri oleh yang bersangkutan. Nasabah mendatangi kantor untuk melakukan pengisian formulir permohonan pembiayaan dan menyerahkan persyaratan. Hal tersebut juga berlaku ketika pencairan, dengan membawa agunan untuk dicek keabsahannya dan untuk melakukan akad pembiayaan serta pembukaan rekening tabungan guna menerima sisa TPG.³¹ Proses pembiayaan sertifikasi guru tidak memerlukan waktu yang lama, dari awal pengajuan permohonan hingga pencairan maksimal 1 minggu.

Menurut pendapat penulis strategi ini dapat dikembangkan agar lebih efektif dan menarik minat nasabah, seperti pengembangan sistem permohonan/pengajuan pembiayaan dengan memanfaatkan kemajuan

³⁰Wawancara dengan bapak Moh. Nurhadi, koordinator pemasaran kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, 1 Maret 2022, pukul 11.30 WIB

³¹*Ibid*

teknologi meskipun sudah ada sistem jempot bola. Pada saat ini tentunya banyak masyarakat pengguna gadget atau *smartphone* termasuk guru-guru yang melakukan pembelajaran *daring* sejak pandemi Covid-19, hal tersebut dapat dijadikan peluang untuk membuka aplikasi yang dapat didownload oleh nasabah melalui gadget atau *smartphone* mereka, aplikasi ini digunakan untuk pengisian formulir dan upload persyaratan saat akan melakukan pengajuan pembiayaan, nasabah dapat melakukan pengajuan dimana saja tanpa harus datang ke kantor BPRS untuk pengisian formulir pengajuan pembiayaan.

7. Strategi Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Masyarakat akan tertarik terhadap pelayanan jasa keuangan ketika memiliki rasa percaya yang tinggi, nasabah yang sudah memiliki kepercayaan tentunya akan memiliki tingkat loyalitas yang tinggi pula. Strategi ini sangat efektif untuk menumbuhkan rasa percaya masyarakat (nasabah atau calon nasabah) terhadap PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi maka perusahaan berusaha menunjukkan bukti fisik yang menarik seperti bangunan kantor pusat dan cabang yang bagus dan bersih, tempat tunggu yang nyaman, halaman parker yang aman dan gratis, serta menyediakan minuman untuk nasabah ketika menunggu antrian. Ketika banyak nasabah yang memiliki kepercayaan dan loyalitas kepada perusahaan akan mendukung perusahaan mencapai target yang telah ditetapkan.³²

Kebutuhan nasabah adalah prioritas utama dalam strategi pemasaran. Perusahaan harus mampu mengidentifikasi mana yang menjadi kebutuhan nasabah dalam wujud produk pembiayaan yang berkualitas, dengan harga yang cukup terjangkau dan layanan BPRS yang dapat diakses dengan mudah. Dari 7 bauran pemasaran yang telah diuraikan di atas penulis berpendapat bahwa strategi yang

³²Wawancara dengan bapak Moh. Nurhadi, koordinator pemasaran kantor pusat PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati, 25 Februari 2022, pukul 10.35 WIB

efektif untuk memasarkan produk pembiayaan sertifikasi guru yaitu strategi produk, harga, tempat, dengan didukung strategi SDM yang memadai. Namun jika dibandingkan dengan metode analisis SWOT akan memudahkan BPRS untuk menilai dan mengevaluasi produk pembiayaan sergu.

Analisi SWOT:

1. Faktor Internal

a. Kekuatan (*Strength*)

- Prosedur pembiayaan dengan persyaratan yang mudah dan cepat.
- Pembagian keuntungan yang sesuai dengan sistem syari'ah (tidak terdapat unsure riba).
- Dikelola oleh SDM yang berkompeten di bidang ekonomi syariah.

b. Kelemahan (*Weakness*)

- Kurang maksimal dalam pemanfaatan media sosial.

2. Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunities*)

- PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi yang sudah banyak dikenal masyarakat.
- Memiliki kerjasama dengan sekolah-sekolah yang juga berada di bawah naungan pesantren Maslakul Huda.
- Banyaknya masyarakat yang berprofesi sebagai guru di kabupaten Pati (sebanyak 8.059 guru) khususnya di sekitar wilayah kerja PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi (kurang lebih 764 guru di wilayah kerja kantor pusat).³³

³³ Badan Pusat Statistik Kabupaten Pati, Diakses dari <https://patikab.bps.go.id> diakses pada tanggal 19 Juli 2022 pukul 17.11 WIB

b. Ancaman (*Threat*)

Persaingan dengan BPRS lain, yang menjadi ancaman utama adalah ketika BPRS lain mampu untuk memberikan plafond pembiayaan lebih tinggi dari plafond yang ditawarkan oleh PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi. Di sisi lain jika strategi promosi yang digunakan oleh BPRS lain lebih memikat hati masyarakat tentunya menjadi sebuah ancaman untuk PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.

Tabel 4.1
Matrik SWOT

<p>Internal Eksternal</p>	<p><i>Strength</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Proses yang mudah dan cepat. - Menganut sistem syariah. - Dikelola oleh SDM berkompeten. 	<p><i>Weakness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurang maksimal dalam pemanfaatan media sosial .
<p><i>Opportunities</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Perusahaan yang dikenal masyarakat. - Kerja sama dengan sekolah dan pesantren. - Banyaknya masyarakat yang berprofesi sebagai guru. 	<p>Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas produk pembiayaan sergu. - Menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan mitra. 	<p>Strategi WO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan inovasi promosi menggunakan media sosial seperti memposting pamflet menarik dan membuat video konten mengenai produk. - Membuat layanan digital, karena di era digital seperti ini mayoritas masyarakat

		memiliki smartphone.
<i>Threat</i> - Persaingan pasar dengan BPRS atau bank-bank lain.	Strategi ST - Memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dari bank-bank lain.	Strategi WT - Peningkatan promosi yang lebih menarik. - Menetapkan strategi yang efektif dan efisien.

Dari matrik SWOT di atas dapat dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan yang dimiliki dan faktor peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman. Oleh karena itu PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi dinilai cukup mampu untuk bersaing dengan lembaga keuangan syariah lain maupun lembaga keuangan konvensional.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas tentang strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan menggunakan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Untuk menarik minat nasabah agar menggunakan produk pembiayaan sertifikasi guru perusahaan menunjukkan keunggulan produk tersebut, memberikan plafond tinggi kepada masing-masing nasabah, memiliki kantor pusat yang strategis serta beberapa kantor kas di beberapa daerah di kabupaten Pati sehingga menambah lingkup pemasaran, melakukan promosi pada perkumpulan guru-guru maupun kepala madrasah, memiliki karyawan atau SDM yang berkualitas dan professional dalam bidangnya, menerapkan alur proses pembiayaan yang mudah, dan menumbuhkan rasa percaya nasabah dalam wujud pemberian fasilitas yang aman dan nyaman.

Dari bauran pemasaran 7P yang telah diuraikan pada pembahasan di atas, strategi yang sangat efektif adalah strategi produk dan harga karena masyarakat akan memilih produk pembiayaan yang memiliki kualitas terbaik dan harga khususnya margin yang rendah dibandingkan dengan BPRS lain. Selain itu harus didukung dengan tempat yang strategis dan terdapat SDM yang berkualitas di dalam perusahaan tersebut. Namun jika dibandingkan dengan metode analisis SWOT, metode bauran pemasaran 7 P (*marketing mix*) kurang mampu untuk menilai seberapa kuat produk tersebut, melihat peluang pasar, dan mengevaluasi kelemahan serta ancaman yang akan terjadi sehingga dapat menyusun strategi untuk kedepannya.

B. Saran

Saran mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan sertifikasi guru di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi adalah:

1. PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi diharapkan mampu mempertahankan pencapaian yang telah dicapai saat ini. Melakukan inovasi strategi pemasaran bertujuan untuk menarik lebih banyak calon nasabah. Dapat mempertahankan kepercayaan nasabah kepada perusahaan sehingga kepercayaan dan loyalitas nasabah tidak menurun. Namun juga diimbangi dengan usaha lain agar lebih meningkat seperti selalu melakukan pelatihan dan evaluasi karyawan supaya dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.
2. PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi diharapkan untuk lebih mengembangkan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram, facebook, dan twitter. Hal ini membawa peluang besar untuk mendapatkan nasabah lebih banyak karena banyak kalangan yang mengakses media sosial setiap harinya.
3. Peneliti lain yang akan meneliti mengenai strategi pemasaran atau produk pembiayaan sertifikasi guru supaya dapat mencari dan mendalami informasi-informasi yang lebih bervariasi dari berbagai tinjauan dan aspek-aspek penelitian karena banyak peluang untuk melakukan penelitian di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Abdul Ghofur. 2009. *“Perbankan Syariah di Indonesia”*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Anoraga, Pandji. 2009. *“Manajemen Bisnis”*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asmani, Jamal Ma`mur. 2009. *“7 Tips Cerdas dan Efektif Lulus Sertifikasi Guru”* Yogyakarta: Diva Press
- Azwar, Sifudin. 1998. *“Metodologi Penelitian”*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pati. Diakses dari <https://patikab.bps.go.id> diakses pada tanggal 19 Juli 2022 pukul 17.11 WIB
- Danupranata, Gita. 2013. *“Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah”* Jakarta: Salemba Empat
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *“Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa”*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum
- Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Departemen Agama RI. 2006. *“Undang-undang dan Peraturan Pemerintah RI”*.
- Fatwa DSN No.04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah. Diakses dari <https://dsnmu.or.id> diakses pada tanggal 28 Mei 2022 pukul 20.19 WIB
- Hasan, Ali. 2010. *“Marketing Bank Syariah”*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Hermansyah. 2013. *“Hukum Perbankan Nasional Indonesia”*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Isnawati, dkk. 2018. *“Konsep Syariah Pada Pembiayaan Jaminan Sertifikasi dan Dampaknya Terhadap Manajemen Risiko (Studi Kasus Pada BPR Syariah di Kota Mataram)”*. Jurnal Aplikasi Akuntansi. Mataram: Universitas Mataram
- Ma`arif, Syamsul. 2011. *“Guru Profesional: Harapan dan Kenyataan”*. Semarang: Walisongo Press

- Machmud, Amir dan Rukmana. 2010. “Bank Syariah : *Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*”. Jakarta: Erlangga
- Maulana, Rizki. 2021 “*Praktek Akad Wadi’ah Pembiayaan Produk Sergur (Sertifikasi Guru) Pada BPRS HIK (Harta Insan Karimah) Tangerang*”. Skripsi. Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin
- Mujib, Fathul. 2012. “*Super Power In Educating (Kegiatan Belajar Mengajar yang Super Efektif: Tips-Tips Menjadi Guru Super)*”. Yogyakarta: Diva Press
- PT. BPRS Artha Mas Abadi. Diakses dari <https://bprsama.wordpress.com> diakses pada tanggal 26 Mei 2022 pukul 21.20 WIB
- Purwitasari, Lisa Indah. 2019. “*Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Jaminan dalam Perjanjian Kredit*”. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo
- Qamar, Nurul, dkk. 2017. “*Metode Penelitian Hukum (Legal Research Methods)*”. Makassar: CV. Social Politic Genius
- Rosmawati. 2020. “*Hukum Menjaminan Sertifikat Pendidik Pada Pembiayaan Khusus Guru di PT. BPR Syariah Mu’amalah Cilegon*”. Skripsi. Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin
- Sekaran, Uma dan Roger Bouge. 2017. “*Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*”. Jakarta: Salemba Empat
- Semiawan, Conny R. 2010. “*Metode Penelitian Kualitatif*”. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015 “*Dasar Metodologi Penelitian*”. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sutando, Herry dan Khaerul Umam. 2013. “*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*”. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Usanti, Trisadini P. dan Abd. Shomad. 2017. “*Hukum Perbankan*”. Depok: Kencana
- Wahyudi, Imam. 2012 “*Panduan Lengkap Uji Sertifikasi Guru*” Jakarta: Prestasi Pustaka Raya, 2012

LAMPIRAN













DAFTAR HADIR PESERTA PKL/MAGANG

Nama : Laila Miita Nur Mahabab
 NIM : 1905015005
 Prodi : D3 Perbankan Syariah
 Tempat PKL/Magang : PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi

No	Tanggal	Tanda Tangan	No	Tanggal	Tanda Tangan
1.	17/1-2022	<i>nyu</i>	17.	3/2-2022	<i>nyu</i>
2.	18/1-2022	<i>nyu</i>	18.	4/2-2022	<i>nyu</i>
3.	19/1-2022	<i>nyu</i>	19.	7/2-2022	<i>nyu</i>
4.	20/1-2022	<i>nyu</i>	20.	8/2-2022	<i>nyu</i>
5.	21/1-2022	<i>nyu</i>	21.	9/2-2022	<i>nyu</i>
6.	24/1-2022	<i>nyu</i>	22.	10/2-2022	<i>nyu</i>
7.	25/1-2022	<i>nyu</i>	23.	1/2-2022	<i>nyu</i>
8.	24/1-2022	<i>nyu</i>	24.	14/2-2022	<i>nyu</i>
9.	27/1-2022	<i>nyu</i>	25.	15/2-2022	<i>nyu</i>
10.	28/1-2022	<i>nyu</i>	26.	16/2-2022	<i>nyu</i>
11.	31/1-2022	<i>nyu</i>	27.	17/2-2022	<i>nyu</i>
12.	2/2-2022	<i>nyu</i>	28.	18/2-2022	<i>nyu</i>

13.	21/2-2022	yfa
14.	22/2-2022	yfa
15.	23/2-2022	yfa
16.	24/2-2022	yfa

29.	25/2-2022	yfa
30.	1/3-2022	yfa
31.	2/3-2022	yfa
32.	4/3-2022	yfa

Pati, 18 Maret 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Handwritten Signature)

(.....
.....
.....)

DAFTAR HADIR PESERTA PKL/MAGANG

Nama : Lila Mifta Nur Mahabab
 NIM : 1905015005
 Prodi : D3 Perbankan Syariah
 Tempat PKL/Magang : PT. BPP Sjarifah Artha Mas Abadi

No	Tanggal	Tanda Tangan
1.	7/3-2022	yfa

No	Tanggal	Tanda Tangan
17.		

38 | BUKU PEDOMAN PRAKTIKUM

Dipindai dengan CamScanner

2.	8/3-2022	yfa
3.	9/3-2022	yfa
4.	10/3-2022	yfa
5.	11/3-2022	yfa
6.	12/3-2022	yfa
7.	13/3-2022	yfa
8.	14/3-2022	yfa
9.	15/3-2022	yfa
10.	16/3-2022	yfa
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		

18.		
19.		
20.		
21.		
22.		
23.		
24.		
25.		
26.		
27.		
28.		
29.		
30.		
31.		
32.		

Pati, 18 Maret 2022

Mengetahui,

Pembimbing

(Handwritten Signature)

(.....
.....
.....)

BUKU PEDOMAN PRAKTIKUM | 39

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Leila Mifta Nur Mahabah
2. NIM : 1905015005
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Rembang, 26 Maret 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Status : Belum Kawin
6. Agama : Islam
7. Alamat : Dk. Sidorawuh RT 09/ RW 02,
Ds. Sidogemah, Kec. Sayung, Kab. Demak
8. No.HP : 089523301849
9. Email : miftaleila4@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri Sidogemah 2 : Tahun 2007 - 2013
2. SMP Negeri 1 Demak : Tahun 2013 - 2016
3. SMA Negeri 1 Demak : Tahun 2016 - 2019
4. UIN Walisongo Semarang : Tahun 2019 - sekarang

C. PENGALAMAN MAGANG

1. PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi Pati

Demikian riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Juni 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized cursive letters that appear to be 'LNM'.

Leila Mifta Nur Mahabah