

**STRATEGI BPRS BINA FINANSIA DALAM UPAYA MENJAGA LOYALITAS
NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN TAHARAH (Tabungan Harian Mudharabah)**



TUGAS AKHIR

Diajukan guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Gelar Diploma III dalam Ilmu Perbankan Syariah

Disusun Oleh :

Zulfatus Syarifah

(1905015049)

PROGRAM DIPLOMA III PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2022

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا
يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat

kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan

hukuman dia antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil.

Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu.

Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha melihat.

(Q.S. An-Nisa' ayat 58)

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nurudin, SE., MM
NIP: 199005232015031004

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 1 (Satu)

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Sdri. Zulfatus Syarifah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Zulfatus Syarifah
NIM : 1905015049
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Judul : **“Strategi BPRS Bina Finansia Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Taharah”**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudara dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 22 Juni 2021

Pembimbing,



Nurudin, SE., MM
NIP: 199005232015031004

HALAMAN PENGESAHAN



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: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Zulfatus Syarifah
NIM : 1905015049
Judul : **Strategi BPRS Bina Finansia Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah
Pada Produk Tabungan Taharah (Tabungan Harian Mudharabah)**

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:

29 Juni 2022

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

Semarang, 7 Juli 2022

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si.
NIP. 19860731 201903 1 008

Nurudin, SE., MM
NIP. 19900523 201503 1 004

Penguji Utama I,

Penguji Utama II,

Dwi Swasana Ramadhan, M.SEI.
NIP. 19940303 201903 1 014

Sokhikhatul Mawadah, MEI
NIP. 19850327 201801 2 001

Pembimbing,

Nurudin, SE., MM
NIP: 19900523 201503 1 004

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur kepada Allah SWT Tuhan semesta alam yang maha pengasih lagi maha penyayang. Atas menganugrahkan karunia serta kemudahan kepada penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Penulis mempersembahkan Tugas Akhir ini sebagai rasa hormat kepada orang-orang yang sangat penulis kasihi dan sayangi.

1. Kedua orang tua tercinta bapak Solichin dan ibu Suharti. Terimakasih telah memberi segala kasih sayang, semangat serta dorongan berupa materi dan do'a yang tulus ikhlas kesuksesan putrinya.
2. Kedua kakak kandung dan kakak ipar penulis. Fatkhurohman, Ahmad Abdurrokhim, Angraini Winda Purnamasari, dan Dewi Ambar Wati yang selalu mendoakan dan menyemangati penulis.
3. Dosen wali, Bapak Drs. Zaenuri, Mpd dan Dosen pembimbing Tugas Akhir, Bapak Nurudin, SE., MM dan segenah jajaran pengurus Prodi D3 Perbankan Syariah Fakultas dan Bisnis Islam yaitu Bapak Drs. A. Turmudi, SH., M.Ag, Bapak Choirul Huda, M.Ag, dan Ibu Jepri Nugrawiyati, yang selalu membantu serta membimbing menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Sahabat-sahabat dan orang tersayang penulis Ahmad Al-Farezy, Rizqi Riza Umami, Zahrorun Anisa', Ishak Rouf, Salsabila Yuniar Safitri, Firda Luthfia Ulinuha, Halimatus Sya'diyah, Nihayatul Izzah, Widyaning Raras Agustin, Siska Rif'ati, dan sahabat kost yang tidak bisa sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan semangat hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Teman-teman kelas D3 Perbankan Syariah angkatan 2019 yang telah memberikan warna dan pengalaman, serta berjuang bersama-sama mulai dari awal perkuliahan di UIN Walisongo hingga saat ini.

Terimakasih penulis sampaikan atas keikhlasan dan ketulusan kepada pihak-pihak yang membantu penulisan ini dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis. Saat ini penulis belum mampu untuk membalasnya, semoga Allah SWT meridhoi segala kebaikan yang diberikan serta dapat meraih kesuksesan dan kebahagiaan dunia akhirat.

DEKLARASI

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

Semarang, Juni 2022



Zulfatus Syarifah
1905015049

ABSTRAK

Perbankan dalam suatu Negara adalah salah satu lembaga sangat penting terutama dalam agen pembangunan (*agent of development*). Perkembangan perbankan syariah di Indonesia terus berkembang. Bukti perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin banyak jumlahnya. Salah satunya, BPRS Bina Finansia Semarang memiliki beberapa produk dan jasa, salah satunya Tabungan Taharah. Dalam persaingan dengan lembaga keuangan yang lain, hal ini BPRS Bina Finansia memiliki strategi khusus pada produk Tabungan Taharah dengan meningkatkan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah merupakan hal yang terpenting dan mutlak dalam dunia perbankan sebagai menjaga usaha dan eksis dalam usahannya. Sehingga dalam meningkatkan loyalitas nasabah lembaga harus melakukan strategi yang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang dilakukan BPRS Bina Finansia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan Taharah, agar nasabah dapat loyal terhadap BPRS Bina Finansia terutama pada produk tabungan taharah. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan pihak BPRS Bina Finansia. Dalam menjaga loyalitas nasabahnya BPRS Bina finansia dengan cara menjaga hubungan, menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah, memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, memberi keamanan dan kenyamanan nasabah, memberi bagi hasil yang optimal, memberi reward dan menghargai keluhan dan sudut pandang nasabah.

Kata kunci : Strategi Loyalitas, Tabungan Taharah, BPRS Bina Finansia.

ABSTRACK

Banking in a country is one of the most important institutions in development agencies. The development of sharia banking in Indonesia continues to grow. Evidence of the development

of sharia trade in Indonesia is increasing. For one thing, Bina Finansia Semarang BPRS has several products and services, one of which is Taharah Savings. In competition with other financial institutions, Bina Finansia BPRS has a special strategy on Taharah Savings products by increasing customer loyalty. Customer loyalty is the most important and absolute thing in the banking world as maintaining a business and existing in its business. So in increasing the loyalty of the customers, the institution must carry out a good strategy.

His study aims to find out how the strategy of Bina Finansia BPRS is implemented in an effort to maintain customer loyalty in Taharah savings products, so that customers can be loyal to Bina Finansia BPRS, especially in Taharah savings products. This study is a study using a qualitative approach, using primary data sources and secondary data. Through observation, interviews and documentation with Bina Finansia's BPRS. In maintaining the loyalty of BPRS Binafinansia by maintaining relationships, establishing good communication with customers, providing satisfactory services to customers, providing security and convenience to customers, providing optimal results, giving feedback and appreciating customer complaints and perspectives.

Keywords: *Loyalty Strategy, Taharah Savings, Bina Finansia BPRS.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penlitis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Shalawat serta salam yang selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarha dan sahat-sahabat yang senantiasa kita nantikan syafa'at di hari akhir nanti. Tugas Akhir ini berjudul **“Strategi BPRS Bina Finansia Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Pada Produk Tabungan Taharah”** penulisan Tugas Akhir ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.) dalam ilmu Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Dalam upaya penyelesain Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya dalam memberikan pengarahan, bimbingan serta bantuan apapun yang besar bagi penulis. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yaitu Bpk. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang, yaitu Bpk. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
3. Bpk. Dr. A. Turmudzi, SH.,M.Ag. selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah, dan segenap jajaran pengurus Prodi D3 Perbankan Syariah yaitu Bapak Choirul Huda, M.Ag, dan Ibu Jepri Nugrawiyati Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bpk. Nurudin, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Bpk. Drs. Zaenuri, Mpd selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
6. Semua Dosen pengajar Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

7. Pemimpin Kantor Pusat BPRS Bina Finansia Semarang dan segenap karyawan yang telah bersedia membantu, memberikan informasi dan Ilmunya kepada penulis. Sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan ini.
8. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dorongan, dukungan baik material serta doa dan kasih sayang kepada penulis hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Sahabat-sahabat serta teman-teman D3 Perbankan Syariah angkatan 2019 yang selalu menjadi penyemangat dan selalu berjuang bersama dalam suka maupun duka.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

Terimakasih atas semua kebaikan seta keikhlasan yang telah diberikan, penulis hanya mampu membalas dengan do'a sehingga Allah SWT yang akan membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis menyadari masih banyak kesalahan maupun kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Namun, kritik dan saran demi perbaikan Tugas Akhir ini sangat diharapkan agar menjadi bahan masukan dan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi spenulis dan tentunya bagi pembaca pada umunya. *Amiin ya robbal 'alamiin.*

Semarang, Juni 2022

Penulis



Zulfatus Syarifah

1905015049

DAFTAR PUSTAKA

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR PUSTAKA	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka.....	6
E. Metodologi Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Loyalitas Nasabah.....	13
1. Pengertian Loyalitas.....	13
2. Indikator Loyalitas Nasabah.....	17
3. Jenis-jenis Loyalitas Nasabah	18
4. Pembentukan kesetiaan loyalitas nasabah.....	18
B. Strategi.....	22

1. Pengertian Strategi	22
2. Jenis-jenis Strategi.....	25
3. Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah.....	26
C. Tabungan Taharah	30
1. Pengertian Tabungan.....	30
2. Pengertian Tabungan Mudharabah.....	32
3. Pengertian Tabungan Harian Mudharabah (Taharah).....	34
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	36
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
B. Sejarah Perusahaan	36
C. Visi dan Misi.....	37
D. Tujuan Pendirian.....	38
E. Lokasi Perusahaan	38
F. Struktur Organisasi	38
G. Sistem dan Produk di BPRS Bina Finansia	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Strategi Menjaga Loyalitas Nasabah Tabungan Taharah BPRS Bina Fiansia	52
B. Bentuk – Bentuk Loyalitas Nasabah di BPRS Bina Finansia.....	52
C. Strategi BPRS Bina Finansia dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan Taharah.....	54
D. Hasil Wawancara Nasabah	56
BAB V PENUTUP	59
A. KESIMPULAN.....	59
B. SARAN	59
C. PENUTUP.....	60

DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT PENULIS	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan dalam suatu Negara adalah salah satu lembaga sangat penting terutama dalam agen pembangunan (*agent of development*). Selain itu Bank merupakan salah satu urat perekonomian sebuah Negara, dikarenakan fungsi utama dari Perbankan sebagai lembaga yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan pembiayaan kredit. Dengan adanya perbankan ini kita dapat menyimpan dan mengirim uang, memperoleh tambahan modal usaha atau transaksi perdagangan Internasional dengan efektif dan aman.¹

Perbankan Syariah pada dasarnya merupakan perkembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama pada bidang keuangan. Perkembangan ekonomi Islam ditandai adanya perbankan syariah dinegara-negara Islam kemudian berpengaruh ke Indonesia, sebelumnya rencana mendirikan bank syariah di Indonesia sudah muncul sejak pertengahan tahun 1970-an, akhirnya rencana mengenai perbankan syraih baru muncul sejak tahun 1988.² Namun di Indonesia Bank Syariah baru didirikan pada tahun 1992 adalah bank Muamalat, walaupun perkembangan dilakukan terlambat dibandingkan Negara-negara muslim lainnya. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia akan terus bekembang. Pada tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, namu ketika tahun 1999 jumlahnya bertambah tiga unit. Kemudian pada tahun 2000, bank syariah serta bank konvensional membuka Unit Usaha Syariah menjadi 6 unit. Selain itu, jumlah BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah) juga mencapai 86 unit. Peningkatan yang terjadi akan terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Perbankan Syariah memiliki hukum aturan dan prosedur yang berbeda, yang dimana berkomitmen kepada prinsip syariah dan melarang dan menerima Bungan dalam proses transaksi yang dijalankan, Bank Islam adalah “Bisnis bank Islam berarti bisnis

¹ Trisadini P. Usanti, Abd.Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), h.1

² Ari Sita Nastiti dan Agung Ivan Firdaus, *Menuju Tiga Dekade Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia, Vol.4, No.2, Oktober 2019), h.135

bank yang memiliki tujuan dan tidak memasukkan elemen yang tidak diijinkan oleh agama Islam, diantaranya adanya bunga (riba), melarang Gharar". Layanan yang diberikan Perbankan Syariah bebas bunga terhadap nasabahnya. Pembayaran dan penarikan segala bentuk transaksi Islam melarang kaum muslim untuk menarik dan membayar bunga (riba), pelarangan inilah yang membedakan sistem Perbankan Islam dengan Perbankan Konvensional, fokus pada kegiatan-kegiatan halal, pembagian keuntungan dan kerugian antara bank dan konsumen mencari keadilan secara umum sesuai etika dan tujuan agama.³

Komitmen yang dipakai oleh bank Syariah berbeda dengan bank konvensional. Hal ini sudah diatur Undang-Undang perbankan Indonesia, yaitu UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang telah di ubah menjadi UU No. 10 tahun 1998. Dibedakan berdasarkan kegiatan usaha konvensional dan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Namun, dalam Undang-Undang NO. 7 tahun 1992 bank syariah diposisikan sebagai Bank umum atau Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Terdapat pada pasal 6 Undang-Undang No. 7 tahun 1992 diperjelas pada; pertama, Bank Umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau prinsip syariah dalam kegiatan usahanya memberi jasa salam lalu lintas pembayaran. Kedua, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan prinsip syariah dalam satu kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dengan pemberlakuan UU No 10 tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan telah diberikan kesempatan luas untuk pengembangan jaringan perbankan syariah.⁴

Dalam sistem perbankan Indonesia, BPRS adalah bank yang didirikan untuk melakukan pelayanan Usaha Mikro kecil (UMK), selain itu BPRS kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.karena fungsi BPRS pada umumnya terbatas hanya pada penghimpunan dan penyaluran dana.⁵ Perkembangan BPRS menyebar hingga Kota Semarang, lembaga keuangan ini BPRS Bina Finansia Semarang, yang terletak pada Jl. Arteri Soekarno-Hatta No.9 Semarang, maksud berdirinya BPRS ini karena Kota Semarang sendiri merupakan

³ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*. (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2010), hal.31

⁴ Dwi suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, ...,h4

⁵ Ismail, *perbankan syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2011), h.54

kota yang potensial ekonomi cukup besar, terutama pada faktor usaha dan mayoritas penduduk kota Semarang beragama Muslim (khususnya kalangan menengah kebawah) sehingga akan membantu mereka, terbentuklah BPRS Bina Finansia ini yang dilakukan oleh para tokoh masyarakat dan pengusaha Muslim.

Dalam BPRS Bina Finansia terdapat beberapa produk dan jasa, salah satunya yaitu produk Tabungan Taharah (Tabungan Harian Mudharabah) yang menggunakan akad mudharabah yang dimana akad bagi hasil yang dihitung berdasarkan saldo rata-rata harian. Pada akad ini dimana pihak pertama sebagai Shahibul mal (pemilik dana) dan pihak kedua sebagai Mudharib (pengelola dana).

Melihat perkembangan BPRS Bina Finansia, sebagian masyarakat kota Semarang menyimpan dananya di BPRS Bina Finansia dianggap sebagai tempat penyimpanan dan penyaluran yang aman dalam kegiatan keuangan. Sampai saat ini jumlah nasabah di BPRS Bina Finansia pada akhir tahun pada tabungan taharah berjumlah 16.127 nasabah, dan setiap bulan mengalami penambahan seperti yang terjadi pada bulan Januari terdapat penambahan (8 noa), pada bulan Februari berjumlah (14 noa), dan Maret berjumlah (25 noa). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah mengenal nama dan citra BPRS Bina Finansia melalui informasi mulut ke mulut, pengalaman dari orang yang menjadi nasabah, maupun dari media sosial.⁶

Dengan adanya perkembangan BPRS Bina finansia, di sini perlu diperhatikan adalah loyalitas nasabah. Di tengah-tengah persaingan dunia perbankan tentu menjadi suatu keharusan yang dimiliki bagi BPRS Bina Finansia dalam menjaga dan meningkatnya nasabah. Semakin loyal seorang nasabah terhadap bank, maka semakin meningkatkan profit yang diberikan kepada bank tersebut.

Loyalitas nasabah akhir-akhir ini semakin banyak jadi perbincangan dan diteliti sebagai suatu variabel yang memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap variabel lainnya, seperti variabel kepuasan dengan loyalitas, relationship marketing dengan loyalitas, customer bonding dengan loyalitas dan berbagai variabel lainnya yang dibentuk dikaitkan dengan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah merupakan salah satu hal yang terpenting dan mutlak dalam dunia perbankan sebagai menjaga usaha dan eksis dalam usahanya. Membangun loyalitas

⁶ Company Profile BPRS Bina Finansia Semarang

nasabah merupakan hal yang sulit, kini nasabah semakin cerdas, banyak menuntut, serta banyaknya pilihan produk dan merek yang ditawarkan hampir sama, karena banyaknya pilihan sehingga membuat semakin sulit mencari loyalitas dari pelanggan. Hal ini juga membuat menjaga loyalitas nasabah jauh lebih sulit dibandingkan usaha memuaskan nasabah.⁷

Persaingan antar perbankan menimbulkan bank-bank melakukan berbagai usaha dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dalam meningkatkan loyalitas nasabah maka bank harus dapat melakukan strategi yang baik dalam memasarkan produknya.

Hal ini memperkuat BPRS Bina Finansia dalam meningkatkan strategi usaha untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat sehingga masyarakat menggunakan jasa terhadap BPRS Bina Finansia merupakan nasabah yang loyal. Selain itu strategi merupakan hal yang penting sebagai pemberian mutu kepada konsumen. Dengan ini nasabah bertahan dan lebih mempercayakan untuk menggunakan jasa pada perbankan karena kinerja yang memuaskan nasabah. Dan sebaliknya nasabah akan mempertimbangkan jika kinerja kurang memuaskan atau merasa ada yang lebih dari perusahaan sebelumnya yang telah ditawarkan. Hal ini menimbulkan loyalitas nasabah menurun sehingga menimbulkan nasabah dapat beralih dari BPRS Bina Finansia ke lembaga keuangan lainnya.⁸

Dengan persaingan dengan lembaga perbankan lainnya, terkadang nasabah dalam menggunakan jasa perbankan khususnya produk ada pada bank tersebut tidak hanya menggunakan satu produk saja tetapi berpindah ke produk lainnya, hal ini salah satu penyebabnya karena dalam memberikan layanan terhadap nasabah kurang memuaskan atau nasabah cenderung memilih bank lain yang dapat memberikan pelayanan yang lebih baik.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, loyalitas nasabah yang ada pada BPRS Bina Finansia cukup tinggi dilihat dari nasabah yang terus menerus melakukan transaksi dan meningkatnya jumlah nasabah pada setiap bulannya, terutama pada produk tabungan taharah. Dengan adanya jumlah nasabah yang paling banyak dibandingkan dengan produk lainnya yang dimiliki oleh BPRS Bina Finansia ini juga berpengaruh dalam

⁷ Zulkarnia, *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2012), h.135

⁸ Nurhardianti "Strategi BRI Unit Hasanuddin Parepare dalam Menjaga Loyalitas Nasabah" (Skripsi Sarjana, Parepare : IAIN Parepare, 2018).

persaingan dengan lembaga keuangan lainnya, sehingga BPRS Bina Finansia memiliki strategi khusus yang berbeda dengan lembaga keuangan yang lain terutama pada produk Tabungan Taharah dengan menerapkan pelayanan yang efektif dan efisien dalam mengelola dan menghimpun dana yang ada pada masyarakat diharapkan nasabah akan merasa puas dengan adanya pelayanan tersebut. Selain itu disisi lain pelayanan kepada nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi lembaga perbankan guna memberikan kebutuhan terhadap nasabahnya.

Peningkatan loyalitas nasabah pada PT. Bank Lampung KCP Natar dilakukan melalui mengikat pelanggan atau nasabah. Perlu adanya mengikat nasabah agar nasabah tetap melakukan transaksi di BPRS Bina Finansia dimana bank memperlakukan nasabah sebagai rekan kerja dengan seperti itu maka nasabah akan merasa dihargai oleh bank. Selain itu strategi yang dilakukan oleh bank, seperti memberikan pelayanan yang prima dan perlu adanya menjaga hubungan dan komunikasi yang baik dengan nasabah, bank harus mampu menumbuhkan kepercayaan kepada nasabah lama agar tetap percaya untuk menjadikannya sebagai lembaga jasa keuangan.

Dengan jumlah nasabah yang paling banyak dibandingkan produk lainnya di BPRS Bina Finansia, maka perlu adanya strategi khusus yang dikembangkan oleh bank dalam menjaga loyalitas nasabahnya khususnya nasabah produk Tabungan Taharah mengingat jumlahnya yang paling banyak dari produk lainnya. Penulis ingin meneliti lebih lanjut terhadap strategi BPRS Bina Finansia dalam mempertahankan loyalitas nasabahnya, dengan judul **“STRATEGI BPRS BINA FINANSIA DALAM UPAYA MENJAGA LOYALITAS NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN TAHARAH”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian dalam latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diambil penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Bagaimana bentuk-bentuk loyalitas nasabah di BPRS Bina Finansia?
2. Bagaimana strategi BPRS Bina Finansia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk Tabungan Taharah?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk-bentuk loyalitas nasabah di BPRS Bina Finansia
2. Untuk mengetahui strategi yang dilakukan BPRS Bina Finansia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan Taharah.

Setelah tujuan, maka peneliti memberikan manfaat penelitian diantaranya :

1. Bagi Penulis
 - a. Dari penelitian ini, penulis dapat memberikan informasi tentang loyalitas yang diberikan BPRS Bina Finansia kepada nasabahnya terutama pada nasabah tabungan taharah.
 - b. Dan secara praktik, peneliti mengetahui penerapan ilmu yang dipelajari selama di bangku perkuliahan dengan praktik langsung di BPRS Bina Finansia, serta harapannya menambah wawasan baru bagi penulis.
2. Bagi Lembaga
 - a. Hasil dari penelitian ini harapannya dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan yang paling berpengaruh signifikan dalam membentuk loyalitas nasabah pada produk Tabungan Taharah
 - b. Dari penelitian ini diharapkan bisa menambah informasi tentang bagaimana menjaga loyalitas nasabah tabungan terutama tabungan taharah di BPRS Bina Finansia Semarang.
3. Bagi Pembaca
 - a. Untuk menambah informasi atau pengetahuan serta wawasan, sehingga mampu menjadi bahan referensi mahasiswa terkait dengan loyalitas nasabah.
 - b. Sebagai sarana atau media untuk memperkenalkan produk tabungan yang ada di BPRS Bina Finansia Semarang, terutama produk tabungan taharah.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka ini dilakukan untuk mempermudah penyusunan Tugas Akhir ini, dengan mengkaji atau menelaah pustaka (literature review), mencermati hingga mengidentifikasi pengetahuan serta mendeskripsikan beberapa penelitian sebelumnya

yang berkaitan. Hal ini penulis memaparkan beberapa penelitian yang memiliki tema selaras dengan loyalitas nasabah, adapun karya-karya sebagai berikut :

1. Pada Skripsi yang berjudul “Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu Dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan ‘iB BAS’ “ ditulis oleh Shifa Nur Aziza , Program Studi D-III Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto 2018.⁹ Dalam penelitian ini menguraikan mengenai strategi serta menjaga loyalitas nasabah pada BPRS Bina Amanah Satria. Dimana pada penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.
2. Pada skripsi yang berjudul “Strategi BRI Unit Hasanuddin Parepare dalam menjaga Loyalitas Nasabah” ditulis oleh Nurhardianti, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi islam IAIN Parepare 2018.¹⁰ Dalam penelitian menguraikan tentang perencanaan dan pelaksanaan strategi mempertahankan nasabah pada BRI Unit Hasanuddin Parepare. Pada jenis penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.
3. Pada skripsi yang berjudul “Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlebel Syariah (Studi Pada Laundry Syari,Com Kota Medan) ditulis oleh Nurlaila, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan 2021.¹¹ Dalam penelitian menguraikan tentang strategi mempertahankan loyalitas konsumen serta Karakteristik Loyalitas Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Laundry syari.Com. pada penelitian menggunakan metode penelitian lapangan yang bersifat deskriptif kualitatif, yang di mana penelitian mendeskripsikan objek, fenomena atau setting social.
4. Pada Jurnal yang berjudul “Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah (Studi Empirik Nasabah Tabungan Produk Tamasa BPR Serang)” ditulis oleh Muslim, Edi Rahmat Taufik, dan Lutfi. Fakultas Ekonomi dan

⁹ Shifa Nur Aziza, *“Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan “iB BAS”*”, (Puwokerto : IAIN Purwokerto, 2018).

¹⁰ Nurhardianti *“Strategi BRI Unit Hasanuddin Parepare dalam Menjaga Loyalitas Nasabah”* (Skripsi Sarjana, Parepare : IAIN Parepare, 2018).

¹¹ Nurlaila *“Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlebel Syariah (Studi Pada Laundry Syari,Com Kota Medan)”* (Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2021)

- Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2020.¹² Dalam penelitian menguraikan tentang mempertahankan loyalitas nasabah dengan kepuasan dan kepercayaan nasabah pada BPR Serang. Adapun metode penelitian yang digunakan pada jurnal ini menggunakan metode penelitian analisis data dengan menggunakan software smartPLS dengan media computer. Adanya penelitian ini untuk menjelaskan dampak kualitas pelayanan terhadap loyalitas, kepuasan, dan kepercayaan konsumen.
5. Pada jurnal yang berjudul "Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Produk Simpanan Deposito di BMT UGT Cabang Pembantu Kraksaan" ditulis oleh Maula Nasrifah, dan Kamilah Rihadatul Aisyah. Universitas Islam Zainul Hasan Genggong Probolinggo 2021.¹³ Dalam penelitian ini menguraikan tentang mempertahankan loyalitas nasabah dan strategi marketing pada produk simpanan deposito di BMT UGT Cabang Pembantu Kraksaan. Dimana pada metode penelitian pada jurnal menggunakan penelitian lapangan (Field reaserch) dengan pendekatan lapangan. Adanya penelitian untuk mengetahui pencapaian dan kendala, selain itu mengetahui strategi dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

E. Metodologi Penelitian

Secara umum metode penelitian adalah cara yang akan ditempuh oleh peneliti, adapun dalam penulisan Tugas Akhir ini, peneliti menggunakan beberapa metode yang digunakan untuk mendukung dan memperkuat penulisan atas masalah ataupun tema yang diambil, diantaranya :

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian tentang strategi BPRS Bina Finansia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan taharah, ini peneliti menggunakan metode kualitatif yaitu metode penelitian ilmiah dengan mengkaji satu permasalahan dari

¹² Muslim, Edi Rahmat Taufik, dan Lutfi "Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah (Studi Empirik Nasabah Tabungan Produk Tamasa BPR Serang)", (Banten : Universitas Sultan Agung Tirtayasa,2020).

¹³ Maula Nasrifah, dan Kamilah Rihadatul Aisyah " Strategi Marketing Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Produk Simpanan Deposito di BMT UGT Cabang Pembantu Kraksaan", (Probolinggo, Universitas Islam Zainul Hasan,2021).

suatu fenomena, serta melihat kemungkinan yang berkaitan atau berhubungan dengan permasalahan yang ditetapkan.¹⁴

2. Sumber Data

Sumber data didalam penelitian merupakan faktor paling penting, karena sumber data digunakan untuk mempermudah dalam menguraikan masalah. Sumber data penelitian pada dasarnya terdiri dari sumber data primer dan sumber data sekunder :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, selain itu data dan informasi ini diperoleh peneliti melalui objek yang diteliti yang ada hubungannya dengan objek penelitian, observasi dan wawancara kepada pihak karyawan BPRS Bina Finansia yaitu kepada AO Funding untuk memperoleh informasi tentang menjaga loyalitas nasabah.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung yang berasal dari objek penelitian yang bersifat public, dan bahan kepustakaan, yang berupa dokumen-dokumen, buku-buku, arsip-arsip, serta informasi tertulis yang berkaitan dengan analisis tentang strategi menjaga loyalitas nasabah. Dengan kata lain data sekunder merupakan data yang diperoleh dari penelitian secara tidak langsung, melalui perantara, diperoleh, dan dicatat pihak lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian. Dengan mengumpulkan data memperoleh data-data yang akurat diharuskan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Metode yang dilakukan oleh penulis, sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik yang dilakukan dengan melihat secara langsung dilokasi, seperti dilingkungan kantor atau sekitarnya.¹⁵ Kemudian

¹⁴ Rully Indrawan & Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian, Bandung* : (PT Refika Aditama, 2014), hal.51

penelitian ini dilakukan diamati langsung oleh peneliti mengenai Strategi menjaga loyalitas nasabah di BPRS Bina Finansia.

b. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan mencari bahan berupa keterangan dan pendapat, melalui Tanya jawab lisan dengan sumber.¹⁶ Wawancara dilakukan oleh peneliti sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan di BPRS Bina Finansia terkait strategi menjaga loyalitas nasabah.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh sendiri, bentuk dari dokumentasi biasanya berupa gambar, laporan, tulisan yang dibuat oleh subjek yang bersangkutan,¹⁷ tentang BPRS Bina Finansia.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Pada subjek penelitian ini dilakuakan di BPRS Bina Finansia Kantor Pusat Semarang, sedangkan untuk objek membahas tentang Strategi BPRS Bina Finansia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah tabungan taharah.

5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada pelaksanaan penelitian berlokasi di BPRS Bina Finansia Kantor Pusat Semarang, yang beralamat di Jl. Arteri Soekarno-Hatta No.9 Semarang. Dengan waktu penelitian yang dilakukan mulai dari tanggal 17 januari 2022 hingga 17 Maret 2022.

6. Teknik Analisa Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisa data kualitatif. Analisa data kualitatif merupakan upaya yang cara bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milah menjadi satuan yang dikelola, menggabungkan data, mencari dan

¹⁵ Sugiyono, 2017

¹⁶ Usman Rianse, Abdi, “*Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*”, (Bandung: Alfabeta,2012), hal.219

¹⁷ Haris Herdiansyah, “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Jakarta: Salemba Humanika,2010), h.143

menemukan pola, menemukan yang penting apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat disampaikan kepada orang lain.¹⁸

Analisis data kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan pada selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisa jawaban diwawancarai, namun bila jawaban setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka penelitian akan dilanjutkan pertanyaan lagi sampai tahap tertentu yang diperoleh data yang dianggap kredibel. Selain itu, peneliti menggunakan cara berfikir induktif untuk menganalisa data dengan cara pengambilan kesimpulan umum dari pernyataan atau fakta-fakta khusus, hasil dari pengamatan disusun, diolah, dikaji kemudian diarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum.

F. Sistematika Penulisan

Dalam rangka penyusunan penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan untuk mempermudah pendalaman, penjelasan, dan penelaahan inti penelitian yang akan dibahas. Maka sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Dalam bagian Tugas Akhir ini berisi sampul lembar judul, motto, persetujuan pembimbing, pengesahan, persembahan, deklarasi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar table dan daftar gambar.

2. Bagaian Isi

Pada bagian isi memiliki bagian bab-bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN, Pada Bab ini berisikan sebagai gambaran umum untuk memberi pola pemikiran bagi keseluruhan skripsi, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI, Pada bab ini berisikan landasan teori yang membahas tentang loyalitas nasabah, strategi, dan tabungan pada BPRS Bina Finansia.

¹⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 248.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN, Pada bab ini akan menguraikan gambaran umum tentang BPRS Bina Finansia, serta data dan strategi menjaga loyalitas nasabah.

BABA IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, Pada bab ini peneliti menjelaskan dan menguraikan mengenai pembahasan hasil dari strategi menjaga loyalitas nasabah tabungan taharah, serta wawancara nasabah pada BPRS Bina Finansia.

BAB V PENUTUP, Pada bab terakhir ini penutup dari laporan penelitian menjelaskan kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Pada bagian terakhir laporan tugas akhir, terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan data riwayat hidup penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Loyalitas Nasabah

1. Pengertian Loyalitas

Loyalitas secara etimologi latin adalah hukum atau prinsip, selain itu kata “loyal” yang berasal dari bahasa latin. Legalis yang berarti legal/hukum. Loyalitas menurut harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek.¹⁹ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Loyalitas adalah kepatuhan, kesetiaan.²⁰ Loyalitas menurut Islam disebut dengan al-wala’ yang memiliki beberapa makna antara lain mencintai, menolong, mengikuti dan mendekati kepada sesuatu. Konsep yang dimiliki loyalitas dalam Islam, yaitu ketundukan yang mutlak kepada Allah SWT. dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya.²¹ Dalam islam sikap al-wala’ sering dikaitkan dengan akidah islam. Setiap muslim yang berakidah wajib:

- a. Ber-wala’ (sikap setia / loyal) terhadap orang yang menjalankan perintah Allah dan menjauhi orang-orang yang melanggar perintah-Nya.
- b. Mencintai kebaikan dan orang-orang yang berbuat baik.
- c. Membenci kemungkaran dan orang-orang yang berbuat kebatilan.

Menurut beberapa para ahli, loyalitas didefinisikan sebagai berikut :

Mowen dan Minor (1998), mendefinisikan loyalitas nasabah sebagai kondisi di mana nasabah mempunyai sikap positif terhadap suatu objek, mempunyai komitmen pada objek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang.²²

Griffin, mendefinisikan loyalitas nasabah menyebutkan konsep lebih mengarah kepada perilaku dibanding sikap. Seorang nasabah yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan

¹⁹ Drs. H. Johan Masruhan, MM. “Implementasi Syariah Governance Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Bank Muamalat Cabang Semarang)”, (Semarang : IAIN Walisongo, 2011), h.41

²⁰ <https://kbbi.web.id/>

²¹ Journal of Islamic Banking and Finance, h.7

²² Ibid, h.41

dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan.

Oliver, mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai komitmen pelanggan untuk bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau membeli kembali produk/jasa secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan perilaku perubahan.

Ahmad subagyo, mendefinisikan bahwa loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah.²³ Dan menurut Hasan dalam banyak literature mengemukakan bahwa loyalitas dibagi menjadi beberapa, sebagai berikut :

1. Sebagai konsep generic, loyalitas merek menjadi kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsisten yang tinggi
2. Sebagai konsep perilaku, pembelian secara terus menerus yang seringkali dihubungkan dengan loyalitas merek.
3. Pembelian ulang yaitu hasil dominan perusahaan (a) berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternative yang tersedia, (b) terus melakukan promosi untuk memikat dan merayu nasabah supaya kembali membeli produk atau merek yang sama.²⁴

Berdasarkan dari beberapa definisi diatas, loyalitas merupakan suatu perilaku positif yang ditunjukkan oleh nasabah terhadap perusahaan yang dilakukan secara teratur, konsisten dan seimbang serta berulang-ulang dalam waktu yang lama.

Loyalitas nasabah mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan, membangun loyalitas berarti meningkatkan kinerja keuangan dan kelangsungan hidup perusahaan, ini menjadi alasan utama perusahaan menarik dan mempertahankannya. Usaha untuk mendapatkan pelanggan yang loyal tidak dapat dicapai sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari pelanggan sampai memperoleh patners.²⁵

Loyalitas nasabah dapat didefenisikan sebagai komitmen nasabah terhadap suatu merk berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang

²³ Ahmad Subagyo, *Marketing in Business studi Kasus UMK & LKM*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010, hal. 13

²⁴ Ali Hasan, *Marketing*, Yogyakarta : Medpressindo, 2008, h.81

²⁵ Ratih Hurriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), 128.

yang konsisten. Loyalitas nasabah merupakan bentuk kesetiaan seseorang dan perilaku seseorang bersedia merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain merupakan bentuk kecintaan dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Loyalitas merupakan perilaku yang murni muncul dari bentuk pelanggan sehingga tidak bisa dipaksakan. Dengan loyalitas nasabah yang mana jika nasabah sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan maka nasabah akan menjadi loyal. Hal ini juga berkaitan sama dengan keimanan dengan loyalitas hamba kepada Rabbnya, pada sebagaimana firman Allah :

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۗ أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

Artinya “Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.”²⁶

loyalitas nasabah dalam perspektif Islam, loyalitas dalam muamalah ini bukan hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan, tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar’i yang telah dituntun oleh Islam. Selain itu, sekarang penyebaran lembaga keuangan berbasis syariah mempermudah pemilihan pemberian loyalitas kepada suatu yang menguntungkan dan tanpa usur syaria. pada sebagaimana firman Allah, surat Al-Maidah ayat 54-55

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَزِدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ (54) إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ (55) وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ

²⁶ <https://tafsirq.com/49-al-hujurat/ayat-15>

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, barang siapa di antara kalian yang murtad dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang-orang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Mahaluas (pemberian-Nya) lagi Maha Mengetahui. Sesungguhnya penolong kalian hanyalah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang mendirikan salat dan menunaikan zakat, seraya mereka tunduk (kepada Allah).”²⁷

2. Pengertian Nasabah

Nasabah merupakan pelanggan (*Costumer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, yang meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.²⁸ Sedangkan menurut Undang-Undang No.10 tahun 1998 nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank. Selain itu, menurut Undang-Undang N010 tahun 1998 pasal 1 nasabah terdiri dari dua jenis, yaitu :²⁹

- a. Pasal 1 ayat 17 mengatakan bahwa nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berlandaskan kesepakatan bank dengan nasabah yang terlibat.
- b. Pasal 1 ayat 18 menjelaskan bahwa nasabah debitur merupakan nasabah yang mendapatkan kemudahan kredit atau pembiayaan yang berasaskan ajaran syariah atau disertakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Nasabah menurut beberapa ahli. Seperti, Kasmir, nasabah adalah raja yang artinya raja memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, nasabah adalah konsumen jasa perbankan. Menurut Komaruddin nasabah adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mempunyai rekening koran, deposito atau tabungan serupa lainnya pada sebuah

²⁷ Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya, h. 117

²⁸ Mislah Hayati Nasution, Sutisna. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah, Vol 1 No.1, hlm 65, 2015

²⁹ Kasmir.2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

bank. Dan menurut Tjiptono nasabah merupakan setiap orang yang membeli dan menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Dari definisi-definisi nasabaha diatas dapat disimpulkan bahwa, Definisi nasabah merupakan orang menggunakan jasa pelayanan, serta orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah melakukan proses produk selesai, karena mereka adalah pengguna jasa dan produk.

3. Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut Griffin (2002), bahwa karakteristik loyalitas nasabah dapat didasarkan pada perilaku nasabah sebagai berikut :

a. *Makes regular repeat purchase* (Melakukan pembelian ulang secara teratur)

Dengan lebih mengacu pada perilaku dari unit-unit pengembalian keputusan yang dilakukan terhadap jasa/produk suatu perusahaan yang dipilih. Maka tingkat kepuasan perusahaan akan mempengaruhi pelanggan/nasabah untuk membeli kembali.

b. *Purchase across product* (Membeli di luar lini produk/jasa)

Membeli di luar produk dan jasa, berarti keinginan untuk membeli lebih dari produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka pelanggan yang sudah percaya pada perusahaan dalam segala urusan, akan, hal itu akan tetap percaya juga.

c. *Refers other* (Mereferensi kepada orang lain atau menarik pelanggan baru untuk perusahaan)³⁰

Nasabah atau pelanggan yang loyalakan dengan sukarelawan merekomendasi perusahaan kepada teman-teman dan rekannya. Serta menunjukkan kekebalan daya tarik dari pesaing, tidak mudah terpengaruh oleh tariakn pesaing yang lain.

³⁰ Drs. H. Johan Masruhan, MM. "Implementasi Syariah Governance Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Bank Muamalat Cabang Semarang)", (Semarang : IAIN Walisongo, 2011), h.42

4. Jenis-jenis Loyalitas Nasabah

Terdapat empat jenis-jenis loyalitas nasabah berdasarkan sikap dan perilaku pembelian berulang, yaitu :

a. Loyalty

Situasi ini merupakan situasi yang diharapkan pemasar, di mana pelanggan bersikap positif terhadap layanan atau penyedia jasa yang bersangkutan dan disertai dengan pola pembelian ulang yang konsisten.

b. No loyalty

Sikap dan perilaku pembelian yang sama-sama lemah dengan pola pengulangan rendah juga. Kemungkinan ada dua penyebabnya, yaitu :

- 1) Sikap yang lemah bisa terjadi bila suatu pemasaran produk atau jasa yang diperkenalkan tidak mampu mengkomunikasikan keunggulan unik produknya.
- 2) Berkaitan adanya dinamika pasar, dimana merek-merek yang berkompetisi dipersepsikan serupa atau sama. Berkonsekuensi pemasaran mungkin sangat sungkar membentuk sikap positif atau kuat terhadap produk.

c. Latent loyalty

Situasi pada *latent loyalty* tercermin bila sikap yang kuat disertai dengan pola pembelian ulang yang lemah. Hal ini disebabkan dengan pengaruh faktor-faktor non sikap dalam menentukan pembelian ulang.

d. Spurious loyalty

Menggambarkan sikap dan perilaku yang rendah yang dikombinasikan dengan pola pengulangan tinggi yang dilakuakn atas dasar pertimbangan situasional. Hal ini diaman nasabah sulit membedakan berbagai merek, situasi ini ditandai dengan pengaruh faktor non-sikap terhadap perilaku.³¹

5. Pembentukan kesetiaan loyalitas nasabah

Faktor-faktor komponen dari sikap yang berpengaruh terhadap pembentukan kesetiaan pelanggan, sebagai berikut :

³¹ Fandy Tjiptono, “*Strategi Pemasaran*”, (Yogyakarta : Andi,2007),h.392

- a. Cognitive antecedent. Hal ini mengenai sikap terhadap suatu produk terhadap kesetiaan pelanggan, di mana pelanggan dapat meningat dengan mudah nama produk dan yakin bahwa produknya sesuai dengan sistem nilai yang diikutinya akan lebih bersikap positif, karena hal ini sangat penting terhadap terbentuknya kesetiaan pelanggan/nasabah.
- b. Affective antecedent. Hal ini berkaitan dengan kondisi perasaan (kepuasan) pelanggan/nasabah. Komponen sikap ini akan membentuk kesetiaan pelanggan.
- c. Conative antecedent. Dalam kondisi ini merupakan kecenderungan pelanggan/nasabah untuk melakukan tindakan tertentu. Hal ini bisa terjadi ketika seorang pelanggan/nasabah secara tiba-tiba menghematkan pembelian ulang atau enggan menyampaikan aspek positif suatu objek karena pengaruh orang lain yang menerima objek tersebut.³²

Selain faktor-faktor pembentuk kesetiaan nasabah, ada hal lain berupa ciri-ciri nasabah yang termasuk loyal, diantaranya :

- a. Nasabah tidak berpindah ke bank lain, tidak melakukan transaksi selain di BPRS Bina Finansia Semarang.
- b. Nasabah melakukan transaksi secara terus-menerus, rekening yang dimiliki nasabah tidak terhenti pada saldo tertentu akan tetapi nasabah sering melakukan transaksi.
- c. Nasabah akan terus melakukan penambahan dana dalam bentuk tabungan maupun deposito.
- d. Nasabah mengambil produk lebih dari satu, nasabah ini mengambil produk yang ada di BPRS Bina Finansia Semarang, lebih dari satu produk yang ditawarkan.

6. Faktor-faktor Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Ada beberapa alasan yang membentuk pelanggan tetap loyal, yaitu:

³² Drs. H. Johan Masruhan, MM. *“Implementasi Syariah Governance Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi pada Bank Muamalat Cabang Semarang)”*, (Semarang : IAIN Walisongo, 2011), h.44-45

- a. Nilai (harga dan kualitas). Pelanggan tidak akan meninggalkan produk yang diyakini mempunyai kualitas yang baik meski dengan harga yang tinggi. Justru sebaliknya, pelanggan akan kecewa jika terjadi penurunan kualitas demi mempertahankan harga.
- b. Image. Jika image perusahaan dianggap baik, maka dihasilkan pangsa pasar yang luas dan dapat dianggap meningkatkan loyalitas.
- c. Meyakinkan dan mudah diperoleh. Apabila produk di pasar sulit diperoleh, maka pelanggan akan mencoba produk lain yang mudah diperoleh.
- d. Kepuasan. Hal ini juga dapat membuat pelanggan tetap loyal pada suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.
- e. Pelayanan. Bisa berarti penjelasan pada saat pembelian atau jasa pasca pembelian pelayanan yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas yang tinggi, yang pada akhirnya akan membuat pelanggan menjadi lebih kuat dan loyal.
- f. Jaminan (Guarantee or warranty). Bisa dipakai oleh produsen untuk memberikan nilai tambah pada produk yang dihasilkan akan menandakan bahwa produsen peduli pada pelanggan.³³

Selain itu, faktor-faktor lainnya dalam mempengaruhi loyalitas nasabah menurut Kartajaya, sebagai berikut :

- a. Kepuasan Pelanggan Jika perusahaan dapat memberikan servis yang melebihi ekspektasi pelanggan, maka pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas pasti akan mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap produk dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas.
- b. Retensi Pelanggan Pada faktor ini perusahaan lebih fokus pada upaya mempertahankan jumlah pelanggan yang telah ada dengan meminimalkan jumlah pelanggan yang hilang. Selain itu diketahui bahwa biaya menarik

³³ Bambang D. Prasetyo, Public Service Communication (Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-Kisah Pelayanan), (Malang: UMM Press, 2010) 137-138.

pelanggan baru semakin hari semakin mahal dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada.

- c. Migrasi Pelanggan Pada Faktor ini adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada jauh lebih menguntungkan dari pada membiarkannya hilang, kemudian mencari pelanggan baru sebagai gantinya.
- d. Antusiasme Pelanggan Perpindahan pelanggan terus terjadi meski pelanggan telah puas dengan produk dan service yang diberikan perusahaan dan bahkan dengan program loyalitas yang disediakan perusahaan.
- e. Spiritualitas Pelanggan Loyalitas tidak hanya berada dalam pikiran (mind), mengingat dan menggunakan produk, dalam hati, mereferensikan dan merekomendasikan pemakaian kepada orang lain, tetapi juga telah menjadi bagian dari diri pelanggan seutuhnya. Rasa tanpa memakai produk yang dicintai pelanggan tidak bisa hidup.³⁴

7. Strategi Membangun Loyalitas

Adapun strategi yang digunakan untuk membangun loyalitas atau yang disebut dengan roda loyalitas, yang terdiri dari tiga langkah yaitu :

- a. *Build a founding for loyalty*. Perusahaan perlu membangun pondasi yang solid untuk menciptakan loyalitas nasabah yang memasukkan portofoli yang benar dalam mengidentifikasi segmen.
- b. *Create loyalty bond*. Untuk membangun loyalitas yang sesungguhnya suatu perusahaan perlu mengembangkan ikatan erat dengan sesungguhnya, serta memperdalam hubungan tersebut dengan melakukan penjualan silang atau menambah nilai melalui loyalty reward dan level ikatan yang lebih tinggi.
- c. *Reduce churn drivers*. Perusahaan perlu mengidentifikasi faktor-faktor yang dihasilkan dari churn yang membuat kehilangan pelanggan dan menggantinya dengan pelanggan baru.³⁵

³⁴ H. Kartajaya, Hermawan kartajaya on Segmentation, (Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2007), h. 24

³⁵ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 64.

B. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos*, yang berarti (komandan militer atau jenderal). Selain itu Strategi ini juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah - daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu. Kata ini sebelumnya dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang dan misi lainnya seperti perdagangan, ekonomi, dan lainnya.³⁶

Strategi adalah pendekatan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan serta eksekusi dalam aktivitas yang memiliki kurun waktu tertentu. Selain itu strategi juga merupakan salah satu faktor yang memegang peranan sangat penting dalam perusahaan, karena perusahaan mengalami banyak hambatan dalam mencapai tujuannya apabila tidak memiliki strategi yang baik.³⁷

Strategi pada dasarnya adalah serangkaian kegiatan bisnis untuk menciptakan dan mempertahankan produk yang dihasilkan. Strategi merupakan rencana yang diprioritaskan untuk mencapai tujuan perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin memiliki tujuan yang sama, tetapi strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan ini berbeda. Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi secara terencana dan terperinci. Karena setiap tindakan yang diambil oleh setiap organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya. Setiap organisasi dan perusahaan yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan eksplisit.

Strategi merupakan sebuah rencana yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Strategi didefinisikan sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan. Dari kedua definisi tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Pertama, Strategi perusahaan adalah suatu kesatuan rencana perusahaan yang terpadu dan

³⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), h.3

³⁷ *Ibid*, h.17

diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kedua, Dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan karena faktor lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan.³⁸

Strategi adalah rencana yang luas dan mengintegrasikan yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan, untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui organisasi yang tepat. Definisi umumnya adalah proses penentuan rencana para pemimpin yang terfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut tercapai.

Menurut para ahli, strategi memiliki beberapa definisi, sebagai berikut :

Pertama, menurut Stephanie K. Marrus. Strategi adalah suatu proses penentuan rencana pimpinan puncak yang fokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai dengan persiapan, dengan metode atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut.

Kedua, menurut Kennert R. Andrews. Strategi adalah proses mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada di lingkungan yang dihadapinya dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.

Ketiga, menurut Stoner, Frimen dan Gilbert Jr Strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda. Berdasarkan perspektif yang pertama, strategi didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya.

Keempat, menurut David Hunger dan Thomas L. Wheelen. Strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis meliputi pemantauan

³⁸ Kamaruddin, “Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam”, Jurnal LAA MAIYSIR, vol.4, h.82.

lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang). Implementasi dan evaluasi serta pengendalian strategi.³⁹

Dari definisi-definisi diatas dapat dipahami bahwa, strategi merupakan keseluruhan suatu upaya atau rencana yang ditunjuk untuk mencapai tujuan pengembangan rencana yang diinginkan dan terperinci.

Dalam Islam, Strategi berkaitan dengan erat dengan peristiwa yang dialami Rasulullah. Riwayat menyebutkan bahwa banyak hal Rasulullah melakukan strategi yang dirancang dengan matang dalam mencapai tujuan, diantaranya yaitu :

- a. Peristiwa perang/jihad
- b. Peristiwa fathu Mekkah
- c. Strategi bermuamalah Rasulullah. Pada perang badar Allah SWT mewajibkan agar kaum muslimin agar tidak mundur dan segera mengatur strategi baru dalam perang.

Konsep strategi yang diseruhkan Allah kepada kaum muslimin pada perang badar dapat dikaitkan dengan rencana atau strategi dalam persaingan bisnis. Dalam melakukan strategi ini apabila besarnya jumlah musuh (konteks dalam persaingan bisnis) tidak ada kata mundur dan melarian diri, karena Islam melarang mundur dalam hal ini kecuali untuk tujuan mengatur strategi baru, atau memperbaharui kekuatan. Adapun ayat yang dimaksud pada penjelasan diatas terdapat pada Surat Al-Anfaal ayat 15-16 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيتُمُ الَّذِينَ كَفَرُوا زَحَفًا فَلَا تُولُوهُمُ الْآدْبَارَ
وَمَنْ يُولِهِمْ يُؤَمِّدْ دُبْرَهُ إِلَّا مُتَحَرِّفًا لِقِتَالٍ أَوْ مُتَحَيِّرًا إِلَىٰ فِتْنَةٍ فَقَدْ بَاءَ بِغَضَبٍ مِّنَ اللَّهِ وَمَأْوَاهُ جَهَنَّمُ
وَبئْسَ الْمَصِيرُ

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bertemu dengan orang-orang yang kafir yang sedang menyerangmu, maka janganlah kamu membelakangi mereka (mundur)(15). Barangsiapa yang membelakangi mereka

³⁹ <https://www.gurupendidikan.co.id?pengertian-strategi/>

(mundur) di waktu itu, kecuali berbelok untuk (sisat) perang atau hendak menggabungkan diri dengan pasukan yang lain, maka sesungguhnya orang itu kembali dengan membawa kemurkaan dari Allah, dan tempatnya ialah neraka Jahannam. Dan amat buruklah tempat kembalinya(16).⁴⁰

Selain ayat diatas, pada strategi-strategi yang dilakukan dalam menjaga loyalitas nasabah, seperti dengan memberikan pelayanan yang nyaman dan kelembutan akan menjadi merasa aman bagi nasabah. Hal ini terdapat pada surat Ali Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ مَطْرُوفًا وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”⁴¹

2. Jenis-jenis Strategi

Didalam strategi memiliki 5 jenis-jenis, diantaranya :

a. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan jumlah pelanggan baik secara kuantitas maupun kualitas di pasar saat ini melalui promosi dan distribusi yang aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang tumbuh lambat.

b. Strategi Pengembangan Produk

⁴⁰ <https://tafsir.id/2016/06/tafsir-surat-al-anfaal-ayat-15-26.html>

⁴¹ <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-159>

Strategi pengembangan produk merupakan upaya untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha untuk memperbaharui atau memperkenalkan produk baru kepada konsumen. Perusahaan terus mengeksplorasi kebutuhan pasar dan berupaya memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

c. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu cara untuk membawa produk ke pasar baru dengan membuka atau mendirikan cabang atau anak perusahaan baru yang dianggap cukup strategis atau bekerjasama dengan pihak lain dalam rangka menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini ketika pasar sedang padat dan peningkatan pangsa pasar sangat besar atau pesaing kuat.

d. Strategi Intergrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan terakhir yang biasanya diambil oleh perusahaan yang mengalami masalah likuiditas yang parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal yaitu penggabungan perusahaan.

e. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi atau diversifikasi konsentrasi dan konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud disini merupakan perusahaan berfokus pada segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk yang dimiliki perusahaan. Sedangkan diversifikasi konglomerasi adalah perbankan yang fokus pada penyediaan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerasi (korporat).⁴²

3. Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Kepuasan nasabah sangat berpengaruh bagi perusahaan atau bank, karena dengan adanya loyalitas yang diberikan kepada perusahaan kepada nasabah, membuat nasabah

⁴² Hari Suminto, *Pemasaran Blak-blakan*, (Batam : Inter Aksara,2002), h.20

kepuasan dan keamanan yang diberikan oleh perusahaan atau bank dengan adanya loyalitas yang diberikan.⁴³ Berikut merupakan strategi menjaga loyalitas nasabah, sebagai berikut :

a. Memberi Pelayanan yang aman dan terbaik

Dengan diberinya pelayanan yang aman dan baik oleh perusahaan atau bank, maka bagi nasabah akan merasa nyaman dan aman dengan prosedur yang diberikan oleh pihak bank.

b. Menjaga dan Menjalin Komunikasi yang baik dengan nasabah

Dengan menjaga dan menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau bank, maka nasabah lebih mudah jika mendapatkan informasi dan dengan menjalin komunikasi dengan nasabah juga akan merasa nyaman ketika melakukan transaksi.

c. Memberi Penghargaan

Dengan memberi penghargaan yang dilakukan oleh pihak bank kepada nasabah, terkhusus kepada nasabah yang mempunyai jumlah tabungan yang banyak, akan mendapatkan parcel, cenderamata atau hadiah lainnya.

d. Melakukan follow up kepada konsumen

Dengan melakukan follow up ke konsumen, baik konsumen lama atau baru. Melakukan dengan cara tetap menjalin komunikasi yang baik dan menyatakan tentang kepuasan akan produk yang dipromosikan sehingga menjadi nasabah.

e. Meningkatkan kualitas pelayanan nasabah

Dengan meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah, supaya nasabah lama akan kembali lagi dan dengan nasabah baru akan tertarik akan produk yang dipromosikan sehingga menjadi nasabah.

Maka dari itu, untuk melakukan perencanaan membutuhkan 3 kegiatan, pertama, pengelolaan unit bisnis perusahaan sebagai sebuah portofolio investasi. Kedua, mengevaluasi kekuatan satu sama lain secara tepat dengan mempertimbangkan tingkat pertumbuhan pasar secara tepat dengan mempertimbangkan tingkat pertumbuhan pasar.

⁴³ <https://idcloudhost-com.sdn.ampproject/cara-mempertahankan-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan//>

Ketiga, perusahaan atau bank harus menembangkan rencana dalam bentuk pengandaian untuk mencapai tujuannya jangka panjang. Dan setiap perusahaan harus menentukan strategi.

4. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah proses mempersiapkan langkah-langkah ke depan untuk mengembangkan visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategi dan keuangan perusahaan, dan merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut guna memberikan nilai terbaik kepada nasabah. Beberapa langkah harus di ambil dalam perusahaan untuk mengembangkan strategi. Adapun ada beberapa langkah dalam perumusan strategi, sebagai berikut :

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan dimasa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan dari strategistrategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi sebagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.⁴⁴

5. Tahapan Penyusunan Strategi

Dalam Penyusunan strategi memerlukan tahapan-tahapan tertentu untuk dipenuhi. Adapun beberapa tahapan umum yang perlu diperhatikan dalam merumuskan strategi, sebagai berikut :

⁴⁴ Shifa Nur Aziza, “Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Satria Kantor Kas Bumiayu dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan “IB BAS””, (Puwokerto : IAIN Purwokerto, 2018).

- a. Seleksi yang mendasar dan kritis terhadap permasalahan, dilakukan berdasarkan faktor internal maupun eksternal yang menjadi penyebab permasalahan individu atau organisasi.
- b. Menetapkan tujuan dasar dan sasaran strategis, merupakan unsur strategis yang sangat vital karena pencapaian tujuan dasar dan sasaran strategis ini merupakan acuan yang menjadi dasar pengukuran berhasil atau tidaknya suatu strategi, di mana suatu tujuan dasar dan sasaran dikatakan strategis apabila seoptimal mungkin mampu mempertegas arah, cakupan dan perspektif jangka panjang secara keseluruhan dari suatu organisasi atau individu.
- c. Menyusun perencanaan tindakan (*action plan*), ada dua tipe rencana yang harus diperhatikan. *Pertama*, perencanaan konseptual atau teoritis, sebagai rencana yang ideal dan diharapkan dapat terwujud. *Kedua*, rencana tindakan (*action plan*), yang lebih mendasar pada faktor-faktor lapangan dengan segala perkiraan yang mungkin terjadi.
- d. Menyusun rencana penyumberdayaan, sebagai tahap berikut dari rencana tindakan, maka dalam konteks penyusunan strategi, rencana alokasi sumber daya dilakukan untuk mendukung keberhasilan atas setiap alternatif rencana tindakan, baik alokasi sumber daya untuk rencana A, rencana B maupun rencana C.
- e. Mempertimbangkan keunggulan, sebagai sebuah entitas ada kesamaan antara individu, organisasi dan perusahaan. Individu, organisasi dan perusahaan masing-masing memiliki kebutuhan yang besar untuk menjaga keberlanjutan keberlangsungannya. Daya saing amat diperlukan oleh setiap entitas berada yang dalam keadaan saling berkompetisi ketat dengan parakompetitor. Masing-masing harus memilikikeunggulan yang dapat menjadi bahan pertimbangan sangat penting untuk mensukseskan perumusan strategi.
- f. Mempertimbangkan keberlanjutan suatu strategi yang diterapkan oleh satu perusahaan akan memungkinkan sebuah perusahaan menjadi semakin peka terhadap setiap perubahan yang terjadi. Pertimbangan keberlanjutan dalam

penyusunan strategi dapat disebut sebagai langkah penilaian terakhir atas keandalan dan kemandapan strategi.⁴⁵

C. Tabungan Taharah

1. Pengertian Tabungan

Tabungan adalah simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat yang disepakati, selain itu dapat ditarik dengan cek bilyet, giro, atau alat lainnya. Namun dengan perkembangan saat ini, terdapat beberapa jenis tabungan yang tidak menggunakan buku tabungan atau datang langsung ke bank, melainkan menggunakan *internet/mobile banking*.⁴⁶ Tabungan menurut OJK, tabungan merupakan simpanan uang di bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu. Umumnya bank akan memberikan buku tabungan yang berisi informasi seluruh transaksi yang dilakukan dan kartu ATM lengkap dengan nomor pribadi (PIN).⁴⁷

Menurut Undang-undang Perbankan No. 10 tahun 1998 tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati. Dan menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya.⁴⁸

Menurut kasmir, mendefinisikan tabungan adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dilakukan menurut persyaratan tertentu yang telah ditentukan, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya. Namu, tabungan

⁴⁵ Kamaruddin, "Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal LAA MAIYSIR, vol.4, h.17.

⁴⁶ Adiwarman Karim, "Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan", (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.297

⁴⁷ <https://sikapiuangmu.ojk.go.id>

⁴⁸ Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

dapat ditarik menggunakan slip penarikan atau ATM. Selain itu tujuan menabung dibank yaitu :

- a. Nasabah merasa aman menyimpan uangnya dalam bentuk tabungan di bank.
- b. Nasabah dapat menarik tabungannya dengan mudah karena bank memberikan kemudahan dalam penarikan, seperti adanya mesin ATM yang tersebar dimana-mana, adanya ATM bersama yang memudahkan nasabah untuk menarik tabungannya di mesin ATM bank lain.
- c. Untuk penghematan, supaya seluruh penghasilannya tidak digunakan untuk belanja.⁴⁹

Didalam Islam sangatlah dianjurkan, karena dengan menabung berarti seorang muslim telah mempersiapkan diri untuk perencanaan yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan. Dalam Al-Quran terdapat ayat-ayat yang tidak langsung memerintahkan kaum muslim untuk mempersiapkan hari yang akan datang agar lebih baik. Dalam firman Allah SWT Surat An-Nisa' Ayat 8 :

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya “Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir beberapa kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekadarnya) dan ucapilah kepada mereka perkataan yang baik” (Q.S An-Nisa’:8).⁵⁰

Dalam Fatwa DSN No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tertanggal 1 April 2000 tentang tabungan, memberikan landasan syariah tentang tabungan dalam Surat An-Nisa’ ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁴⁹ Ismail, AKUNTANSI BANK, Teori dan Aplikasi dalam Rupiah, (Jakarta: Prenadamedia Group: 2010) h.48

⁵⁰ DSN-MUI-Tentang Tabungan, h.2

Artinya “whai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa’:29).⁵¹

Setiap bank memiliki jenis tabungan yang berbeda-beda. Seperti perhitungan suku bunga, pemberian hadiah, tata cara penyetoran dan penarikannya juga berbeda setiap bank.

2. Pengertian Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah adalah tabungan yang dikelola berdasarkan akad mudharabah, mudharabah memiliki dua bentuk yaitu mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah perbedaan utama antara keduanya terletak pada ada atau tidaknya persyaratan yang diberikan oleh pemilik dana kepada Bank dalam pengelolaan hartanya.⁵²

Dalam hal ini, bank syariah berperan sebagai *mudharib* (pengelola dana). Dalam hal ini bank berperan sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Bank syariah berperan sebagai shahibul mal berhak melakukan berbagai jenis kegiatan yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudharabah dengan pihak lain. Namun di sisi lain, bank memiliki sifat sebagai wali amanah, yang berarti harus berhati-hati atau bertanggung jawab serta beritikad baik atas segala sesuatu yang timbul karena kesalahan atau kelalaian.

Tabungan Mudharabah dapat diambil oleh penabung setiap saat sesuai dengan perjanjian yang disepakati, namun tidak dibenarkan mengalami saldo negative. Perhitungan bagi hasil dilakukan tabungan mudharabah berdasarkan saldo rata-rata harian yang dihitung setiap akhir bulan dan di buku awal bulan berikutnya. Selain itu, hasil dari pengelolaan dana mudharabah, bank syariah membagikan hasilnya kepada

⁵¹ Ibid,h.2

⁵² Adiwarman A. Karim, “*Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada1 , 2007), h. 297

pemilik dana sesuai nisbah yang telah disepakati pada pembukaan rekening.⁵³ Dalam pengelolaan dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang tidak disebabkan kelalaian. Namun, jika yang terjadi mismanagement (salah urus) bank akan bertanggung jawab penuh atas kesalahan dan kerugian tersebut. Dalam mengelolah dana mudharabah, upaya bank untuk menutupi biaya operasional tabungan menggunakan nisbah keuntungan menjadi haknya. Selain itu, bank tidak diperbolehkan untuk mengurangi nisbah keuntungan tanpa sepengetahuan nasabah. Menurut peraturan yang berlaku, PPH bagi hasil tabungan mudharabah dibebankan langsung ke rekening tabungan mudharabah pada saat perhitungan bagi hasil.⁵⁴

Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 1 April 2000 tentang tabungan. Dalam ketentuan tabungan berdasarkan mudharabah, yaitu :

- a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- b. Dalam kapasitas sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk mudharabah dengan pihak lain.
- c. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- d. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- e. Bank sebagai mudharib menurup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- f. Bank tidak diperuntukan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.⁵⁵

Dasar hukum tabungan mudharabah dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 283 :

⁵³ Farida Purwaningsih, "Pengaruh Tabungan Mudharabah, Pembiayaan Mudharabah-Musyarakah Dan Pendapatan Operasional Lainnya Terhadap Laba Studi Pada Bank Jatim Syariah Periode 2007-2015", dalam jurnal An-Nisbah, Vol. 02, No.02, April 2016.

⁵⁴ <https://kerjoanku.wordpress.com/2010/01/29/tabungan-mudharabah/>

⁵⁵ M. Icham, dkk, "Himpunan Fatwa Keuangan Syariah Dewan Syariah Nasional MUI", (Jakarta: Erlangga, 2014), h.53

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ⁵⁶

Artinya “...Maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...(Q.S Al-Baqarah ayat 283).⁵⁶

Selain pada Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 283, dalam Hadis Nabi riwayat Ibnu Abbas :

كَانَ سَيِّدُنَا الْعَبَّاسُ بْنُ عَبْدِ الْمُطَّلِبِ إِذَا دَفَعَ الْمَالَ مُضَارِبَةً اشْتَرَطَ عَلَى صَاحِبِهِ أَنْ لَا يَسْأَلَكَ بِهِ بَحْرًا، وَلَا يَنْزِلَ بِهِ وَادِيًا، وَلَا يَشْتَرِيَ بِهِ دَابَّةً ذَاتَ كَبِدٍ رَطْبَةً، فَإِنْ فَعَلَ ذَلِكَ ضَمِنَ، فَبَلَغَ شَرْطُهُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ فَأَجَازَهُ (رواه الطبراني في الأوسط عن ابن عباس)

Artinya “Abbas bin Abdul Muthallib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharib-nya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu didengar Rasulullah, beliau membenarkannya” (HR. Thabrani dari Ibnu Abbas).⁵⁷

3. Pengertian Tabungan Harian Mudharabah (Taharah)

Tabungan Harian Mudharabah (Taharah) adalah produk tabungan dengan akad bagi hasil yang dihitung berdasarkan saldo rata-rata harian. Pada nisbah bagi hasil yang diberikan untuk nasabah sebesar 10%, sesuai dengan jenis produknya yaitu tabungan maka nasabah dapat melakukan penyetoran maupun penarikan sewaktu-waktu.

Tabungan harian Mudharabah berdasarkan prinsip Mudharabah Mutlak, artinya pemilik dana memberikan wewenang dan hak penuh ke Mudharib untuk

⁵⁶ DSN-MUI/hal.1

⁵⁷ Ibid,hal.2

menginvestasikan atau memutar uang.⁵⁸ (sumber, Muhammad syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori Kepraktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001, hlm 137)

Syarat-syarat yang harus diperlukan untuk membuka rekening tabungan taharah terbilang cukup mudah dengan terlebih dahulu dipersiapkan, yaitu :

- a. Membawa kertu identitas seperti KTP/ SIM/ Kartu Pelajar / Bukti Identitas lainnya.
- b. Membawa pernyataan ke customer service.
- c. Mengisi formunir pembukaan rekening.
- d. Membawa uang setoran awal sesuai yang ditetapkan BPRS Bina Finansia semarang (Minimal Rp. 10.000,-).

⁵⁸ Muhammad syafi'i Antonio, "*Bank Syariah dari Teori Kepraktek*", (Jakarta: Gema Insani, 2001), h.137

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

Kota Semarang sebagai ibukota Provinsi merupakan kota yang potensial ekonomi yang cukup besar bagi segala faktor usaha terdapat di kota ini mulai dari manufacturing, produksi, perdagangan, dan jasa. Mayoritas penduduk kota Semarang beragama Islam (khususnya kalangan menengah ke bawah), sehingga terbentuklah lembaga keuangan ekonomi yang berbentuk BPRS yang dilakukan oleh para tokoh masyarakat serta pengusaha Muslim memperkarsai BPRS Bina Finansia Semarang, sebagai akan memberikan potensi positif dan pengembangan ekonomi, khususnya bagi masyarakat menengah ke bawah.⁵⁹

B. Sejarah Perusahaan

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas perbankan. Di kota Semarang mayoritas penduduknya Islam terutama masyarakat kalangan menengah bawah, mereka dibutuhkan lembaga keuangan yang berbentuk BPRS. Lalu diterbentuklah PT. BPRS Bina Finansia namun sebelumnya bernama PT. BPRS PNM Binama, Alamat kantor terletak JL. Arteri Soekarno Hatta No. 09 Semarang, dan memiliki dua cabang kantor kas di Mijen dan Gunung Pati. Yang didirikan oleh tokoh masyarakat dan pengusaha muslim yakni H. Hasan Thoha, IR. H. Heru Isnawan, dan H. Ilham M. Saleh.

Berawal dari latar belakang PT. BPRS Bina Finansia didirikan oleh tokoh masyarakat dan pengusaha muslim. Legalitas badan usaha BPRS PNM Binama dan berubah menjadi BPRS Bina Finansia sbegai berikut :

1. Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 8/51/KEP.GBI/2006 tanggal 5 Juli 2006.
2. Akta Pendirian Perseroan Terbatas No. 45, tanggal 27 maret 2006

⁵⁹ Company Profile BPRS Bina Finansia Semarang, h.1

3. Pengesahan Akta Pendirian PT. dari Menteri Hukum dan HAM tanggal 3 April 2006.
4. Ijin Usaha dari Bank Indonesia no. 8/51/KEP.GBI/2006, tanggal 12 Juli 2006.
5. Tanda daftar perusahaan Perseroan Terbatas No. 11.01.1.65.05684
6. NPWP : 02.774.716.1-518.000
7. Akta Perubahan Anggaran dasar PT BPRS Bina Fianasia No. 02, tanggal 7 September 2018.
8. Pengesahan Akta Perubahan Anggaran Dasar dari Menteri Hukum dan HAM No. AHU-0018520.AH.01.02.TAHUN 2018.
9. Ijin Usaha dari Otoritas Jasa keuangan (OJK) no. KEP-230/KR.03/2018.
10. Akta Perubahan PT. BPRS Bina Finansasia no. 2211 Febuari 2020.

Dengan seiring berjalannya waktu, pada tahun 2018 BPRS PNM Binama mengalami perubahan nama menjadi bPRS Bina Finansasia. Selain itu PT. BPRS Bina Finansasia juga berkerjasama dengan Bank Muamalat sebagai pelopor bank syariah di Indonesia. Dan saat ini juga BPRS Bina Finansasia telah memperkerjakan banyak karyawan yang kompeten dibidangnya, dengan tingkat pendidikan mulai dari SMA/SMK hingga sarjana. Selain itu dalam perekrutan pegawai dilakukan secara intern dan ekstern sesuai bidang masing-masing.⁶⁰

C. Visi dan Misi

Visi :

“Menjadi BPRS dengan Asset Rp. 100 Milyar (Seratus Milyar Rupiah) di tahun 2022”

Misi Mewujudkan BPRS Bina Fianasia yang :

1. Berkinerja unggul dan berkesinambungan yaitu senantiasa tumbuh dan berkembang berpredikat 1 dari tahun ke tahun
2. Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan dedikasi tinggi
3. Memiliki Nasabah yang loyal

⁶⁰ Wawancara dengan Karyawan BPRS Bina Finansasia Semarang, pada 11 Maret 2022

4. Memberi kontribusi yang optimal dalam fungsiintermediasi yang bisa memberi kontribusi kesejahteraan kepada masyarakat.⁶¹

D. Tujuan Pendirian

Beridirinya BPRS Bina Finansia, memiliki tujuan, sebagai berikut :

1. Mencapai pelayanan yang bermutu secara maksimal.
2. Menjaga dari aspek risiko usaha melalui penjagaan tingkat FDR, PPAP, NPF, CAR, serta BMPD.
3. Tingkat pengembalian (Return) melalui pencapaian ROE, dan perolehan ROA serta pemberian bagi hasil tabungan dan deposito.
4. Menumbuhkan dan memberikan dalam pengembangan Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat.⁶²

E. Lokasi Perusahaan

PT. BPRS Bina finansia memiliki Tiga kantor yang terdiri dari :

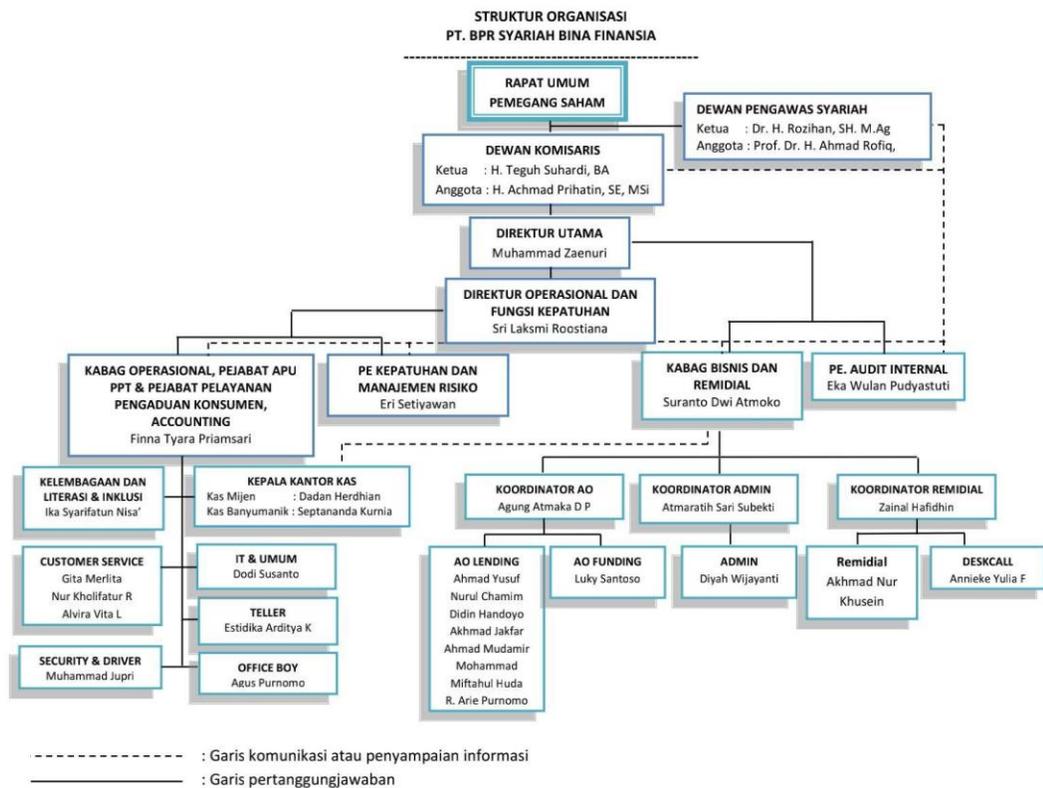
1. Kantor Pusat terletak di Jl. Arteri Soekarno Hatta No. 09 Semarang, dengan No. Telp./Fax 024-76729070 dan Email: bprsbinaasia@gmail.com
2. Kantor kas yang pertama terletak di Mijen dengan Ruko Jatisari Indah Blok C No. 08 Mijen-Semarang, Telp./Fax 024-76672407
3. Kantor kas kedua terletak di Banyumanik yang beralamat di Jl. Merantai Raya No. 364 B Banyumanik – Semarang. Telp./Fax 024-7488355

F. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi BPRS Bina Finansia

⁶¹ Company Profile BPRS Bina Finansia Semarang, h.3

⁶² Ibid, h.4



CS Dipindai dengan CamScanner

Gambar 1: struktur Organisasi BPRS Bina Finansia Semarang.

Berikut ini merupakan uraian mengenai pembagian pekerjaan, wewenang, tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian di BPRS Bina Finansia, sebagai berikut :

1. Rapat Umum Pemegang Saham
 - a. Menetapkan perubahan anggaran dasar BPRS
 - b. Menyetujui penambahan dan pengurangan modal BPRS
 - c. Menyetujui laporan tahunan termasuk pengesahan laporan keuangan serta laporan tugas pengawasan Dewan Komisaris
 - d. Menyetujui penggabungan, pelaburan, pengambilalihan, atau pemisahan, pengajuan permohonan agar BPRS dinyatakan pailit, perpanjangan jangka waktu berdirinya dan pembubaran BPRS
 - e. Menetapkan pembagian tugas dan wewenang pengurusan anggota Direksi
 - f. Mengangkat anggota Direksi dan Dewan Komisaris

- g. Memeutuskan penggantian atau pemberhentian anggota Direksi dan Dewan Komisaris
 - h. Menentukan besarnya gaji dan tunjangan anggota Direksi dan Dewan Komisaris
 - i. Memberikan persetujuan untuk mengalihkan kekayaan BPRS atau menjadikan jaminan utang kekayaan BPRS yang merupakan lebih dari 50% jumlah kekayaan bersih BPRS dalam 1 transaksi atau lebih baik, baik yang berkaitan satu sama lain atau tidak.
2. Dewan Komisaris
- a. Dewan Komisaris wajib memastikan penerapan tata kelola yang baik sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 terselenggara dalam setiap kegiatan usaha BPRS padaa seluruh tingkat atau jenjang organisasi
 - b. Dewan Komisaris wajib melaksanakan pengawasan atau pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Direksi serta memberikan nasihat kepada Direksi
 - c. Dean Komisaris wajib mengarahkan, memantau, dan mengevaluasi pelaksanaan kebijakan strategis BPRS
 - d. Dewan Komisaris dilarang ikut serta dalam pengambilan keputusan mengenai kegiatan BPRS, kecuali terkait dengan penyediaan dana kepada pihak terkait sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundangan-undangan mengenai batas maksimum penyaluran dana BPRS
 - e. Pengambilan keputusan oleh Dewan Komisaris sebagaimana dimaksud pada ayat (4) merupakan bagaimana dari tugas pengawasan Dewan Komisaris sehingga tidak meniadakan tanggung jawab Direksi atas pelaksanaan kepengurusan BPRS
 - f. Dewan Komisaris wajib melaporkan keadaan Otoritas Jasa keuangan dan perbankan atau keadaan yang dapat membahayakan BPRS, paling lambat Sepuluh hari kerja sejak ditemukannya pelanggaran/perkiraan keadaan.
3. Direktur Utama
- a. Memimpin dan mengelolah BPRS hingga tercapai tujuan BPRS
 - b. Membantengi kesuaian keeksistensi, keberlangsungan berkembangnya usaha BPRS Bina Finansia dengan kebijakan yang ditetapkan dalam RUPS dan oleh Dewan Komisaris.

- c. Bertanggung jawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam tabungan dengan pihak ekstern perusahaan
 - d. Menetapkan dan merealisasikan PPAP yang perlu dibentuk tiap bulan
 - e. Merencanakan dan merealisasikan PPAP yang telah terbentuk untuk penghapusan pembiayaan yang macet atau bermasalah sesuai kewenagannya.
 - f. Meningkatkan penjagaan atas pelaksanaan operasional dengan ketentuan yang berlaku.
 - g. Memberikan tugas, arahan, bimbingan karyawandalam melaukan pelayanan terhadap nasabah sehingga mampu menghadapi masalah yang terjadi.
4. Kepala Bagian Operasional
- a. Memimpin, mengawasi, dan bertanggungjawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasional serta memberikan laporan rutin berkala atas pekerjaannya kepada Direksi.
 - b. Memeberi arahan, serta pembinaan terhadap karyawan yang dibawahnya seperti teller, customer service, pembukaan (accounting), adminitrasi pembiayaan terkait masalah yang terjadi.
 - c. Melakukan koordinasi atas pelaksanaan kegiatan pelayanan dan operasional.
 - d. Mengelolah kepersonilan untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas SBM
 - e. Bertanggungjawab serta Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan
 - f. Membantu proses pelaksanaan audit internal maupun eskternal
5. Kepala Bagian Bisnis dan Remidial
- a. Melakukan koordinasi dengan pimpinan cabang dan kepala bagian bisnis terkait debitur kredit yang bermasalah.
 - b. Melakukan rencaana penyelamatan dan penyelesaian terkait kredit bermasalah.
 - c. Memberikan tugas, arahan dan bimbingan terhadap dibawahnya terkait dengan masalah-masalah yang terjadi di lapangan.
 - d. Memimpin Rapat Koordinasi dan evaluasi mingguan dan bulanan dengan bagian yang dipimpinnya.
 - e. Menumbuhkan funding dan lending yang sehat serta meningkatkan pendapatan pembiayaan.
 - f. Membantu proses pelaksanaan audit internal maupun eksternal.

6. Support Funding dan Kelembagaan
 - a. Melakukan pengelolaan organisasi perusahaan
 - b. Mengelolah kesekretarisan perusahaan
 - c. Memastikan dan memeriksa saran prasarana serta fasilitas-fasilitas kantor dengan baik, aman dan terawat.
 - d. Menjadi perantara antara pimpinan dan bawahan
 - e. Mengelolah kesekretarisan perusahaan seperti membuat surat untuk karyawan.
 - f. Bertanggungjawab melakukan penyimpanan surat dan dokumen
 - g. Mempersiapkan serta memastikan kebutuhan pemimoin dalam rapat dan mendampingi pimpinan saat pertemuan.
7. Koordinator IT dan Umum
 - a. Melakukan pengelolaan dan perawatan terhadap sarana dan prasarana IT baik *hardware* dan *software*.
 - b. Meningkatkan kualitas pelayanan dan operasional BPRS dengan terjaganya kualitas IT dan jaringannya.
 - c. Melakukan back up data, baik harian, mingguan, maupun bulanan. Dan memastikan dengan aman dan benar
 - d. Melakukan support data baik untuk back up maupun pelaporan eksternal atau internal.
 - e. Melakukan closing program untuk harian, mingguan, dan bulanan.
8. Koordinator Admin
 - a. Mengadminitrasikan pembiayaan melalui pengajuan sampai pelunasan
 - b. Melakukan penyusunan adminitrasi dan penyusunan serta pengelolaan data marketing.
 - c. Melakukan koordinasi dengan admin pembiayaan serta CS
 - d. Menerima, mencatat, dan memeriksa berkas permohonan pembiayaan.
 - e. Melakukan penyusunan dan pengelolaan data marketing.
 - f. Melakukan koordinasi jadwal dropping dengan kabag operasional dan umum.
 - g. Bertanggung jawab penuh terhadap berkas pembiayaan.
 - h. Melakukan pergantian tugas admin jika berhalangan.
9. Koordinator AO dan Kolektor

- a. Menjaga berlangsungnya operasional sesuai dengan kebijakan yang berlaku
 - b. Menumbuhkan funding dan landing yang sehat serta meningkatkan pendapatan pembiayaan.
 - c. Melakukan penyusunan proker bulanan atau tahunan untuk menumbuhkan funding dan landing yang sehat.
 - d. Melakukan perencanaan dan koordinasi penurunan NPF.
 - e. Melakukan pengarahan, penugasan, dan membimbing bawahannya ketika terjadi masalah.
 - f. Menganalisis rekomendasi dai AO serta melakukan pengajuan dalam komite pembiayaan.
 - g. Membantu serta dalam terlaksananya audit internal dan eksternal.
 - h. Berkoordinasi rutin serta menjalankan tugas dari Kabg Marketing.
10. Koordinator Remedial
- a. Menjaga berlangsungnya perusahaan sesuai dengan kebijakan yang berlaku.
 - b. Mengelola NPF dibawah 5%
 - c. Memberikan usulan rencana kerja terkait optimalisasi pendapatan serta penurunan NPF pada manajemen.
 - d. Memimpin serta menungaskan, mengarahkan dan membimbing bawahannya dengan baik dan profesional jika terjadi masalah.
 - e. Melakukan penyusunan proker bulanan atau tahunan terkait remedial serta kolektif pembiayaan bermasalah.
 - f. Memimpin rapat koordinasi serta evaluasi rutin.
11. Pembukaan dan Accounting
- a. Melakukan pembuka rekening
 - b. Melakukan pemeriksaan bukti transaksi dan menjurnal transaksi yang terjadi.
 - c. menyimpan dan bertanggung jawab terhadap semua bukti transaksi dengan baik.
 - d. Melaporkan ketersediaan buku, bilyet, serta pendukung transaksi lainnya.
 - e. Membuat laporan secara periodic
 - f. Melakukan perhitungan serta pelapor pajak.
 - g. Melaporkan laporan keuangan ke OJK/BI secara bulanan.
 - h. Memnotoring kondisi keuangan untuk dilaporkan ke Kabag Operasional.

12. Teller

- a. Menangani segala transaksi yang bersifat tunai atau tidak.
- b. Membuat dan menjaga laporan kas harian, mingguan, dan bulanan
- c. Membuka berangkas bersama dengan Kabag Operasional
- d. Menjaga likuiditas dana di kantor dan melaporkan ke Kabag Operasional.
- e. Melakukan pengarsipan dan cross cek pada laporan mutasi vault.
- f. Mengesahkan bukti transaksi.
- g. Melakukan penyusunan bukti transaksi masuk dan keluar.
- h. Melakukan koordinasi kas dengan Asisten Direksi Operasional.

13. Customer Service

- a. Memberikan penjelasan produk BPRS pada nasabah.
- b. Memberikan pelayanan terhadap masalah pembukaan rekening
- c. Memberikan informasi jenis kredit atau tabungan yang ada di BPRS Bina Finansia
- d. Mengelolah aplikasi pembukuan SID SLIK.
- e. Mengarsipkan dokumen tabungan dan deposito.
- f. Melaporkan pemakaian buku tabungan serta deposito
- g. Membuatkan nota debit internal.
- h. Melakukan pengelolaan administrasi mulai dari pengajuan hingga penutupan rekening tabungan dan deposito.

14. Admin Pembiayaan

- a. Melayani nasabah dengan baik dan memberikan penjelasan produk BPRS.
- b. Melayani nasabah yang mengajukan permohonan pembiayaan dan menampung berkas-berkas
- c. Melakukan pengelolaan administrasi mulai dari pengajuan hingga pelunasan.
- d. Melakukan proses pencarian.
- e. Bertanggung jawab menjaga dan mengelolah berkas jaminan nasabah.
- f. Memproses asuransi pembiayaan.

15. Kolektor

- a. Bertanggung jawab menagih nasabah pembiayaan.
- b. Melakukan peningkatan pelayanan BPRS.
- c. Memperoleh nasabah *funding* dan *lending*.

- d. Melakukan *pick up service* nasabah simpanan.
- e. Melaporkan data beserta rekening.

16. Accounting Officer

- a. Memperoleh nasabah simpanan dan pembiayaan.
- b. Menumbuhkan pembiayaan yang sehat.
- c. Melakukan survai dan analisa pengajuan pembiayaan.
- d. Melakukan dan bertanggung jawab menumbuhkan pendapatan pembiayaan serta tingkat NPF mampu diturunkan.
- e. Bertugas mengawasi angsuran pembiayaan dengan sara penagihan.
- f. Berkoordinasi dengan atasan secara rutin.

17. Desk Call

- a. Melakukan pelayanan penagihan yang dilakakuan melalui media telephone.
- b. Melakukan monitoring atas angsuran pembiayaan.
- c. Melakukan penagihan nasabah yang menunggak melalui media telephone.
- d. Membuat laporan sesuai perintah.
- e. Melakukan peningkatan mutu pelayanan.

18. Staff Remedial

- a. Melakukan penagihan nasabah yang sudah melewati batas jatuh tempo
- b. Melakukan inisiasi terhadap nasabah-nasabah yang bermasalah.
- c. Memberikan pelayanan tagihan nasabah pembiayaan.
- d. Melakukan peningkatan mutu pelayanan BPRS.
- e. Melakukan penarikan jaminan nasabah yang sudah tidak mamu melakukan pembayaran.

19. Driver

- a. Membersihkan dan merawat moblitas kantor.
- b. Bertanggung jawab mengantar dan menjemput pimpinan atau karyawan mendapat tugas kantor.
- c. Memberikan bantuan pada segala aspek opersional umum di BPRS
- d. Mengelola sarana dan prasarana perusahaan.
- e. Berkoordinasi secara rutin.

- f. Membantu kegiatan pengiriman langsung atau melalui jasa pos, kurir dan jasa pengiriman lainnya.
 - g. Bertanggung jawab membantu melayani pembayaran pajak, asuransi, dan layanan pembayaran milik perusahaan lain.
 - h. Melakukan pergantian tugas OB jika berhalangan hadir.
20. Office Boy
- a. Bertanggung jawab atas kebersihan dan kondisi kantor.
 - b. Membantu fotokopi atau mencetak berkas.
 - c. Membantu mengantarkan berkas dan meminta tanda tangan ke pimpinan.
 - d. Bertanggung jawab melayani pembayaran dan tagihan milik kantor.
 - e. Membelikan serta merawat segala keperluan peralatan dan perlengkapan untuk kebutuhan operasional kantor.
 - f. Merawat akses sarana dan prasarana kantor.
 - g. Memonitoring pembayaran atas pekerjaan kantor yang belum terselesaikan.⁶³

G. Sistem dan Produk di BPRS Bina Finansia

Sistem yang digunakan oleh BPRS Bina Finansia menggunakan sistem syariah baik *funding* (penghimpunan) dan *lending* (pembiayaan). Produk- produk yang dimiliki oleh BPRS Bina Finansia, diantaranya :

1. Produk- produk Funding (PENGHIMPUNAN)

Merupakan kegiatan penghimpunan dana, modal dan simpanan dari masyarakat sebagai nasabah yang dilakukan oleh BPRS Bina Finansia dalam bentuk produk- produk sebagai berikut :

a. Tabungan Taharah (tabungan Harian Mudharabah)

Merupakan produk simpanan tabungan dengan akad bagi hasil yang dihitung berdasarkan saldo rata-rata harian. Nisbah bagi hasil yang diberikan untuk nasabah sebesar 25%. Sesuai dengan jenis produknya yaitu tabungan maka nasabah dapat melakukan setoran maupun penarikan sewaktu-waktu. Dalam tabungan taharah ini menggunakan akad mudharabah, yaitu akad kerjasama antara *Shoibul maal* (pemilik modal/penabung) dengan *Mudharib* (BPRS Bina Finansia).

⁶³ Struktur Organisasi BPRS Bina Finansia Semarang

b. Tabungan Pendidikan

Merupakan jenis simpanan yang dibutuhkan nasabah untuk keperluan pendidikan yang akan datang. Nisbah bagi hasil yang diberikan oleh Bank besarnya sama dengan deposito jangka 3 bulan. Dalam tabungan pendidikan ini akad yang digunakan yaitu akad *Mudharabah Mutlaqoh*.

c. Tabungan Haji dan Umroh (Jumroh)

Merupakan jenis simpanan dana pihak ketiga (perorang) yang diperuntukan bagi nasabah yang berniat melaksanakan Haji atau Umroh sesuai dengan jangka waktu yang direncanakan.

d. Deposito Mudharabah

- Deposito mudharabah dirancang sebagai sarana untuk investasi bagi masyarakat yang mempunyai dana
- Menggunakan akad Mudharabah dengan nasabah sebagai shohibul maal dan bank sebagai mudharib.
- Ketentuan nisbah bagi hasil diberikan setiap bulan, dapat diambil secara tunai atau transfer.
- Merupakan investasi yang memiliki jatuh tempo, serta nisbah bagi hasil ditentukan sebagai berikut :
 - Jatuh tempo 1 bulan 34% : 66% antara nasabah dan bank
 - Jatuh tempo 3 bulan 34% : 66% antara nasabah dan bank
 - Jatuh tempo 6 bulan 36% : 62% antara nasabah dan bank
 - Jatuh tempo 12 bulan 42% : 58% antara nasabah dan bank

2. Produk- produk Lending (Pembiayaan)

Merupakan aktivitas pemberian pinjaman atau kredit kepada masyarakat (nasabah) dengan berbagai tujuan, kemudian nasabah berkewajiban mengembalikan dana tersebut pada jangka waktu tertentu sesuai dengan imbalan dan jangka waktu yang ditentukan. Adapun produk-produk di BPRS Bina Finansia yang diinginkan nasabah sebagai berikut :

a. Pembiayaan Pemilikan Rumah (KPR)

Penyaluran dana kepada nasabah yang dilakukan oleh bank dengan tujuan pengadaan rumah baru atau lama, ruko dengan sistem jual beli yang menggunakan akad.

Keunggulan dari pembiayaan kepemilikan rumah ini, membantu memenuhi kebutuhan kepemilikan tanah dengan pelayanan yang cepat dan angsuran sepanjang kontrak, ringannya uang muka minimal 20% dan tanpa denda pelunasan sebelum jatuh tempo serta panjangnya jatuh tempo pembiayaan hingga 10 tahun.

b. Pembiayaan Kepemilikan Kendaraan Bermotor/Mobil

Penyaluran dana ini bertujuan memberikan layanan jual beli kendaraan baru atau setengah pakai. Dengan jual beli menggunakan akad mudharabah.

Pembiayaan ini memiliki kelebihan yaitu transaksi yang mudah dan cepat dan jumlah angsuran yang tetap sesuai kontrak, dengan uang muka minimal 20% untuk kendaraan baru dan 35% untuk kendaraan setengah pakai. Jaminan yang dipakai berupa BPKB kendaraan yang dibeli, serta jatuh tempo yang disepakati maksimal 5 tahun.

c. Pembiayaan Modal Kerja dan Investasi

Pembiayaan ini diberikan kepada nasabah dengan tujuan membantu masyarakat untuk membutuhkan modal kerja ataupun investasi. Pembiayaan ini bisa menggunakan akad Mudharabah/Musyarakah/Murabahah.

Kelebihan dari pembiayaan modal kerja dan investasi ini prosesnya cepat serta syarat yang mudah, dengan angsuran yang tetap selama kontrak, tanpa pelunasan atas keterlambatan pembayaran, plafon hingga 70% dari nilai jaminan (jika jaminan kendaraan bermotor), dengan tempo pembiayaan maksimal 5 tahun dan bisa berbentuk regular dan musiman.

d. Pembiayaan Multijasa

Pembiayaan ini diberikan pada nasabah dengan tujuan agar nasabah mendapatkan fasilitas jasa seperti : biaya pendidikan atau sekolah, biaya kesehatan atau biaya jasa lainnya. Pembiayaan ini menggunakan akad Mudharabah.

Kelebihan yang dimiliki pembiayaan ini proses yang cepat serta mudah, dan ada biaya penalti untuk pelunasan sebelum jatuh tempo, plafon s/d 80% dari nilai jaminan (jika jaminan *fixed asset*), dan plafon s/d 70% dari nilai jaminan (jaminan kendaraan bermotor), dan pembiayaan ini memiliki tenggang jatuh tempo maksimal 4 tahun.

e. Pembiayaan Multiguna

Pembiayaan ini diperuntukan nasabah guna untuk pemenuhan kebutuhan yang bersifat konsumtif, seperti renovasi rumah, pernikahan, biaya pendidikan, biaya pengobatan, dll.

Keunggulan yang dimiliki pembiayaan ini, proses yang cepat serta mudah, dengan jumlah angsuran yang tetap sesuai dengan kontrak, tanpa adanya denda pelunasan pasca jatuh tempo, plafon s/d 80% dari nilai jaminan (jika jaminan *fixed asset*), plafon s/d 70% dari nilai jaminan (jika jaminan kendaraan bermotor), dan maksimal jatuh tempo pembiayaan ini 5 tahun.

f. Pembiayaan Lain-lain

3. Zakat, Infaq, dan Shadaqah

Merupakan sarana penampungan dana social dari masyarakat yang disalurkan kepada pihak yang berhak menerimanya, dengan 3 cara sebagai berikut :

- a. Disalurkan bentuk pembiayaan dalam bentuk Qardhul Hasan
- b. Disalurkan untuk pengembangan SDM seperti beasiswa, dll.
- c. Disalurkan sebagai bantuan sosial untuk pengetasan kemiskinan.⁶⁴

Selain memiliki produk-produk diatas, BPRS Bina Finansia juga mempunyai luas lingkup pemasaran, diantaranya :

1. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana merupakan hal paling penting guna menumbuhkan asset serta pembiayaan di BPRS. Oleh karna itu, manajemen harus memberikan prioritasnya dalam membangun kerjasama dengan pihak luar.

2. Penyaluran Dana

⁶⁴ Company Profile BPRS Bina Finansia Semarang, h.9-10

Penyaluran dana ke masyarakat BPRS Bina Finansia hal yang menutamakan prinsip kehati-hatian guna untuk keamanan dana bank serta perolehan keuntungan. Karena, dna yang disalurkan merupakan dana milik nasabah penghimpunan yang dijaga dengan baik.⁶⁵

Keadaan sektor usaha juga menjadi hal yang harus diperhatikan, hal ini guna mengambil keputusan dalam realisasi pembiayaan itu sendiri. Survai, analisa, serta pelaksanaan komite secara berkala pra disetujuinya pembiayaan menjadi kunci terhindar dari pembiayaan bermasalah serta keputusan lebih tepat sesuai sasaran. Hingga sekarang, sudah banyak sektor usaha yang dibiayai oleh BPRS Bina Finansia seperti usaha jual beli pakaian, toko bangunan, bengkel kendaraan, serta pembiayaan konsumtif lainnya.

Hal lain yang dilakukan BPRS Bina Finansia pada bidang sektor usaha kecil dengan mengacu pada proses pengembangan ekonomi kerakyatan. Adapun pengembangan usaha kecil yang dilakukan melalui kegiatan :

a. Penyaluran Pembiayaan

Penyaluran pembiayaan yang dilakukan BPRS Bina Finansia, memberikan pembiayaan dan pembinaan pada sektor usaha, industri, perdagangan, dan jasa lainnya. Pembiayaan yang disalurkan mulai dari Rp. 1.000.0000,- sampai dengan Rp. 4.00.000.000,-.

b. Melakukan Pemberian Konsultasi Usaha dan Manajemen

BPRS Bina Finansia melakukan pemberian konsultasi usaha dan manajemen pada nasabah guna mengoptimalkan usaha nasabah tersebut, hal ini juga berupaya untuk memberi jalan keluar bagi problem-problem mereka dalam menjalankan usaha khususnya meliputi persoalan manajemen dan keuangan.

c. Pengerahan Dana

BPRS Bina Finansia sebagai lembaga yang membina usaha kecil dan menengah maka berupaya memacu mitranya untuk menabung. Konsep ini

⁶⁵ Ibid, h.11

bertujuan agar perilaku para mitranya lebih bijak terhadap keuangan juga akan tercapai pula proses revolving fund diantara para mitra-mitranya.

Dengan metode diatas, kelangsungan pendanaan dilakukan BPRS Bina Finansia dapat terjalin dengan saling tolong-menolong antar mitra. Nasabah yang memiliki dana kelebihan atau dana mengangur dapat dimanfaatkan oleh pihak lain melalui perantara BPRS Bina Finansia. Dalam hal ini BPRS Bina Finansia sebagai sarana untuk menjabatani usaha-usaha kecil yang memerlukan dana dengan pihak pemilik dana yang berlebih atau belum termanfaatkan.⁶⁶

⁶⁶ Ibid, h.12

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Menjaga Loyalitas Nasabah Tabungan Taharah BPRS Bina Fiansia

Bprs Bina Finansia Semarang, memiliki beberapa produk salah satunya produk Tabungan Taharah di mana produk ini salah satu produk yang cukup banyak nasabahnya dibandingkan dengan produk tabungan lainnya di BPRS Bina Finansia. Jumlah nasabah yang dimiliki BPRS Bina Finansia pada produk tabungan taharah pada akhir tahun 2021 berjumlah 16.127 nasabah, dengan adanya jumlah nasabah yang cukup banyak ini membuat adanya loyalitas nasabah yang dilakukan oleh BPRS Bina Finansia agar tetap menjaga nasabahnya.⁶⁷

Adanya menjaga loyalitas nasabah bagi BPRS Bina Finansia sangat penting karena berpengaruh kepada kepuasan nasabah dan selain itu juga dapat menambah profitabilitas bank. Tujuan menjaga loyalitas nasabah, dengan adanya ini akan menjaga baik nasabah lama atau baru agar membeli secara berulang dan tidak berpindah haluan ke lembaga keuangan lainnya, dapat peningkatan dan penambahan nasabah.

B. Bentuk – Bentuk Loyalitas Nasabah di BPRS Bina Finansia

Berikut ini bentuk-bentuk loyalitas nasabah di BPRS Bina Finansia, dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tanggungan “IB Taharah”. Sebagi berikut⁶⁸ :

1. Menjaga Keamanan

Menjaga keamanan nasabah dengan adanya keamanan yang diperoleh nasabah yang diberikan pihak perusahaan, seperti memberi keamanan kepada nasabah karena telah menjamin tabungan dengan LPS maksimal 2M. Dengan ini nasabah akan merasa aman dan nyaman ketika menjadi nasabah dan dengan sistem keamanan yang

⁶⁷ Luky Santoso (AO Funding), Wawancara Karyawan BPRS Bina Finansia KP Semarang, pada Selasa 8 Maret 2022

⁶⁸ Luky Santoso (AO Funding), Wawancara Karyawan BPRS Bina Finansia KP Semarang, pada Selasa 10 Maret 2022

diberikan oleh bank nasabah akan terus bertahan dan nyaman menjadi nasabah di BPRS Bina Finansia.

2. Memberi Pelayanan Terbaik

Memberi pelayanan yang terbaik kepada nasabah yang dilakukan oleh BPRS Bina Finansia, seperti memberi pelayanan terbaik sesuai dengan sop yang berlaku, dan memberikan pelayanan bebas administrasi bulanan. Maka dengan adanya pelayanan terbaik yang diberikan pihak bank kepada nasabah inilah yang akan menjadi nilai positif pihak bank.

3. Menjalin Hubungan Baik dengan Nasabah

Menjalin hubungan baik dengan nasabah, hal ini menjaga loyalitas nasabah yang diberikan oleh pihak bank dengan menjaga hubungan yang baik, langkah ini juga sebagai menjalin tali silaturahmi dengan nasabah, dapat menjaga hubungan yang berpengaruh langsung kepada nasabah sehingga nasabah merasa dihormati dan dihargai menjadi nasabah, selain itu nasabah juga merasa nyaman dan tidak berfikir untuk berpindah bank.

4. Strategi Jemput Bola

Dengan melakukan strategi jemput bola, ini merupakan suatu sistem yang diterapkan suatu bank dengan cara mendatangi langsung kepada para nasabahnya baik di rumah atau ditempat kerjanya, dengan cara ini juga menjaga loyalitas nasabahnya pada produk tabungan artinya nasabah tidak perlu datang langsung ke bank untuk menabung karena para pihak bank yang akan turun langsung menemui nasabahnya ketika akan menabung.

5. Memberi Pelayanan Prima

Memberi pelayanan yang prima, hal ini menjadi faktor yang sangat berpengaruh pada tingkat kelayakan nasabah kepada pihak bank. Apabila nasabah tidak mendapatkan pelayanan yang maksimal dan efisien nasabah akan merasa tidak nyaman dan terganggu dengan pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah akan merasa mungkin akan berpindah ke bank lain, namun jika memberikan pelayanan yang maksimal maka nasabaha akan merasa senang, nyaman, dan merasa dihargai dengan pelayanan yang berikan pihak bank.

6. Memberi Bagi Hasil yang Optimal

Memberikan bagi hasil yang optimal, dengan memberikan hasil yang optimal yang diberikan pihak bank kepada nasabah, dengan pemberian bagi hasil yang optimal sesuai prinsip syariah, hal ini maka nasabah akan merasa senang dan nyaman.

7. Memberi Reward Nasabah

Memberi reward atau pemberian hadiah, bonus untuk nasabah yang punya dana lebih, rajin menabung juga pada jumlah saldo yang dimiliki serta perputaran mutasinya, dalam satu bulan presentase menabungnya lebih banyak dibanding penarikan tentu lebih baik. Adapun reward atau hadiah yang diberikan pihak bank kepada nasabahnya biasanya hadiah tersebut berupa gelas, payung, dompet, tas, bolpoin, gantungan kunci. Namun untuk penentuan hadiah atau bonus ini tergantung saldo yang dimiliki nasabah, semakin banyak saldo yang dimiliki maka semakin banyak bonusnya.

C. Strategi BPRS Bina Finansia dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan Taharah

Sebelumnya hasil dari penelitian yang sudah ada tetapi pada teori di dapatkan peneliti berbeda, dalam teori yang dijelaskan pada landasan teori memiliki 5 jenis-jenis strategi, sebagai berikut :

1. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan upaya perusahaan untuk meningkatkan jumlah pelanggan baik secara kuantitas maupun kualitas di pasar saat ini melalui promosi dan distribusi yang aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang tumbuh lambat.

2. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk merupakan upaya untuk meningkatkan jumlah konsumen dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk baru perusahaan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan selalu berusaha untuk memperbaharui atau memperkenalkan produk baru kepada konsumen. Perusahaan terus mengeksplorasi kebutuhan pasar dan berupaya memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

3. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu cara untuk membawa produk ke pasar baru dengan membuka atau mendirikan cabang atau anak perusahaan baru yang dianggap cukup strategis atau bekerjasama dengan pihak lain dalam rangka menyerap konsumen baru. Manajemen menggunakan strategi ini ketika pasar sedang padat dan peningkatan pangsa pasar sangat besar atau pesaing kuat.

4. Strategi Intergrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan terakhir yang biasanya diambil oleh perusahaan yang mengalami masalah likuiditas yang parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal yaitu penggabungan perusahaan.

5. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi atau diversifikasi konsentrasi dan konglomerat. Diversifikasi yang dimaksud disini merupakan perusahaan berfokus pada segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk yang dimiliki perusahaan. Sedangkan diversifikasi konglomerasi adalah perbankan yang fokus pada penyediaan berbagai varian produk perusahaan kepada kelompok konglomerasi (korporat).⁶⁹

Namun, berikut ini hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada pegawai BPRS Bina Finansia. Strategi yang dilakukan BPRS Bina Finansia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah pada produk tabungan “IB Taharah”, diantaranya sebagai berikut⁷⁰ :

1. Menjalin Komunikasi yang Baik Dengan Nasabah

Maksudnya yaitu dengan menjalin komunikasi itu sangatlah penting dan memudahkan nasabah jika menyampaikan masalah-masalah tertentu tentang keuangannya, serta mendapatkan informasi tentang keuangannya. Serta dengan adanya komunikasi juga dapat dengan jelas menyampaikan sesuatu kepada nasabah dengan jelas dan transparan yang diberikan oleh BPRS Bina Finansia. Dengan ini maka nasabah akan merasa nyaman dalam berkomunikasi dengan pihak bank tentang permasalahannya.

2. Memberikan Pelayanan yang Memuaskan Kepada Nasabah

Dengan memberikan pelayanan yang memuaskan hal ini baik kepada nasabah karena langkah ini sangat perlu dilakukan agar nasabah mau datang lagi kebank.

⁶⁹ Hari Suminto, *Pemasaran Blak-blakan*, (Batam : Inter Aksara,2002), h.20

⁷⁰ Luky Santoso (AO Funding), Wawancara Karyawan BPRS Bina Finansia KP Semarang, pada Selasa 10 Maret 2022

Dengan adanya pelayanan yang memuaskan dan baik yang diberikan bank kepada nasabah merupakan salah satu faktor agar nasabah tetap setia dan nyaman bertransaksi di BPRS Bina Finansia Semarang.

3. Memberi Keamanan dan Kenyamanan Nasabah

Dengan selalu memberikan keamanan dan kenyamanan bagi nasabah yang menabung di BPRS Bina Finansia, salah satu faktor penting yang dimiliki bank yang diberikan kepada nasabahnya agar nasabah akan merasa aman dan nyaman ketika menabung.

4. Memberi Apresiasi Kepada Nasabah

Maksud memberi apresiasi kepada nasabah yang diberikan pihak bank, merupakan strategi yang ampuh untuk membuat nasabah menggunakan produk yang dimiliki pihak bank. Nasabah merasa senang dengan program pemberian hadiah atau bonus. Adapun bentuk apresiasi yang diberikan BPRS Bina Finansia untuk mendapatkan hadiah atau bonus, dengan menerapkan sistem apabila pada nasabah pengguna tabungan taharah setiap hari rajin menabung atau nasabah yang memiliki jumlah tabungan yang banyak, hal ini maka bank akan memberikan apresiasi kepada nasabahnya berupa parcel atau cendramata, serta memberikan ucapan selamat ulang tahun ke nasabah.

5. Menghargai keluhan dan sudut pandang nasabah

Maksudnya yaitu pihak bank jika mendapatkan keluhan atau kekurangan dari nasabah pada saat menabung menghargai dan memperbaiki apa keluhan yang diberikan oleh nasabah. Selain itu menghargai sudut pandang nasabah dengan mendengarkan ide atau masukan dari nasabah. Hal ini membuat kegiatan yang dilakukan nasabah terhadap bank lebih efisien, serta kebutuhan nasabah dan personalisasi pelayanan sesuai dengan keinginan nasabah, dengan adanya hal ini meningkatkan rasa percaya nasabah terhadap pihak bank sehingga memunculkan rasa setia atau loyal nasabah kepada produk tabungan taharah di BPRS Bina Finansia Semarang.

D. Hasil Wawancara Nasabah

Pada kenaikan dan jumlah nasabah Tabungan Taharah di BPRS Bina Finansia paling banyak dibanding jumlah pada produk tabungan yang lain. Hal ini peneliti

mewawancarai 4 orang nasabah BPRS Bina Finansia yang dilakukan dengan siapa saja nasabah yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan cocok sebagai sumber data, orang yang mengambil produk di BPRS Bina Finansia.

Adapun hasil wawancara dari beberapa nasabah, sebagai berikut :

Pertama wawancara kepada Bapak Heri Susanto, merupakan salah satu nasabah BPRS Bina Finansia yang berprofesi sebagai pedagang sayur di pasar Tlogosari. Beliau mengatakan, *“mulai buka rekening 2014 sudah lama, alasan menabung di BPRS Bina Finansia karena buat saving money to mba, terus sama satu dulu ada undian-undian itu (motor), tertarik mengambil tabungan taharah karena itu tadi ada tawaran yang undian motor, setoran yang dikasih biasanya kalo mas lucky kesini senin sampai jumat.”*

Kedua wawancara kepada Ibu Iis Dwi, merupakan salah satu nasabah BPRS Bina Finansia yang berprofesi sebagai pedagang sembako di pasar Tlogosari. Beliau mengatakan, *“mulai menjadi nasabah tahun 2019, alasan nabung di BPRS Bina Finansia, alasan nabung di BPRS Bina Finansia yen jaluki setoran rama, telaten, rak pernah nesu, terus jupuk sak wayah-wayah dilayani gak nabung tok ngambil juga dilayani. Cuma ngambil produk tabungan taharah tok. Setoran berubah-ubah selerah kita, sama kadang tergantung teko ora ne lucky.”*

Ketiga wawancara kepada Bapak Feri, merupakan salah satu nasabah BPRS Bina Finansia yang berprofesi sebagai pedagang jajanan pasar di pinggir Jl Tlogosari Raya. Beliau mengatakan, *“mulai menjadi nasabah BPRS Bina Finansia sejak tahun 2019, alasan nabung di BPRS Bina Finansia juga mengambi produk tabungan taharah alasan pertama karena syariah, tidak ada potongan, setoran bisa itu apa setiap hari terus jemput bola, terutama itu jemput bola terus neabunge terserah ndak ada ketentuannya.”*

Ke-empat wawancara kepada Ibu Hania, merupakan salah satu nasabah BPRS Bina Finansia yang berprofesi Guru di SD Muhammadiyah 11 Semarang. Beliau mengatakan, *“mulai menjadi nasabah BPRS Bina Fianasia sudah lama sejak awal berdirinya BPRS Bina Finansia pada tahun 2006 sampai saat ini, alasan menabung di BPRS Bina Finansia pelayanan memuaskan di telfon atau di whatsapp langsung datang kita nggak usah repot-repot antri, orangnya juga ramah. Selain mengambil produk*

tabungan tabarrah mengaambil semua produk seperti tabungan pendidikan, tabungan jumroh serta deposito juga. Kalo melakukan setoran biasanya setiap rabu, tapi biasanya rutin.

Berdasarkan hasil wawancara dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa nasabah yang ada pada BPRS Bina Finansia cenderung loyalitas yang cukup tinggi. Dapat dilihat bahwa nasabah melakukan transaksi terus-menerus dan merasa nyaman ketika melakukan transaksi. Nasabah pada BPRS Bina Finansia termasuk dalam kriteria nasabah yang loyal karena bersikap positif terhadap jasa dan penyedia jasa yang bersangkutan dan pembelian ulang yang konsisten. Selain itu faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yang ada di BPRS Bina Finansia karena bank memberikan suatu kenyamanan dan keamanan tersendiri kepada nasabah, dan pada saat melakukan transaksi dengan cara mendatangi nasabah atau dikenal juga jemput bola. Diman pegawai BPRS Bina Finansia dating langsung menemui nasabahnya yang ingin menabung atau melakukan transaksi lainnya.

Kemudian, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas artinya seluruh pegawai BPRS Bina Finansia dapat memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya, yang dilakukan dengan cara sopan santun dan ramah-tamahnya ke nasabah. Dimana konsidi tersebut tercipta sekaligus menjadi indikasi meningkatnya loyalitas nasabah pada BPRS Bina Finansia. Strategi yang dilakukan oleh BPRS Bina Finansia sehingga berlaku untuk semua pegawai.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan diatas mengenai strategi BPRS Bina Finansia upaya dalam menjaga loyalitas nasabah tabungan “IB Taharah”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. BPRS Bina Finansia dalam menjaga loyalitas nasabah telah terencana dengan baik seperti, memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan keamanan serta kenyamanan kepada nasabahnya, menjalankan kewajiban bank kepada nasabahnya, memberi apresiasi kepada nasabah, mendengarkan keluhan serta sudut pandang nasabah, dan menjalin serta menjaga komunikasi yang baik dengan nasabahnya.
2. Strategi yang dilakukan BPRS Bina Finansia dalam menjaga loyalitas nasabahnya dikatakan berbeda dengan teori-teori strategi loyalitas, tetapi BPRS menjaga loyal dengan cara menjaga komunikasi, memberikan pelayanan yang memuaskan, memberi keamanan dan kenyamanan, memberi apresiasi, menghargai keluhan dan sudut pandang nasabah.

B. SARAN

Setelah merujuk kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran terkait Strategi BPRS Bina Finansia dalam upaya menjaga loyalitas nasabah tabungan “IB Taharah”, sebagai berikut :

1. Agar loyalitas nasabah tetap terjaga dan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun maka BPRS Bina Finansia Semarang harus lebih meningkatkan lagi strategi loyalitas dan pemasarannya.
2. BPRS Bina Finansia meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanan kepada nasabah, sehingga meningkatkan kepercayaan nasabah kepada bank. Selain itu menetapkan strategi agar masyarakat dapat mendonkrak agar lebih berminat kepada BPRS Bina Finansia Semarang.

3. Penelitian yang dilakukan kurang terfokus pada objek dan ada keterbatasan pada wawancara pada penelitian. Sehingga diharapkan peneliti lain yang akan meneliti tentang strategi menjaga loyalitas nasabah lebih terarah dan mampu menggali informasi serta memilih objek penelitian yang lebih banyak dan beragam dari aspek manapun. Karena begitu luasnya penelitian di BPRS Bina Finansia ataupun lembaga lainnya.

C. PENUTUP

Alhamdulillah rabbi'l'alaim, Tugas akhir ini mampu penulis selesaikan. Segala rasa syukur dan ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada segenap pihak yang turut serta membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir ini masih jauh kata sempurna dan penuh kekuarangan dari segala aspek. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi sempurnanya Tugas Akhir ini. Dan diharap penelitian ini mampu bermanfaat bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Trisadini P. Usanti, Abd.Shomad. 2013. Transaksi Bank Syariah. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Ari Sita nastiti dan Agung Ivan Firdaus. Oktober 2009. Menuju Tiga Dekade Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia.
- Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin. 2010. Islamic Banking. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Dwi Suwiknyo. Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah
- Ismail. 2011. Perbankan Syariah. Jakarta: kencana Prenada Media Group.
- Zulkarnia. 2012. Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Nurhardianti. 2018. Strategi BRI Unit Hasanuddin Parepare dalam Menjaga Loyalitas Nasabah. Skripsi sarjana Parepare : IAIN Parepare
- Shifa Nur Aziza. 2018. Analisis Strategi BPRS Bina Amanah Kantor Kas Bumiayu dalam Upaya Menjaga Loyalitas Nasabah Produk Tabungan “IB BAS”. Purwokerto : IAIN Purwokerto.
- Nurlaila. 2021. Strategi Mempertahankan Loyalitas Konsumen Usaha Laundry Berlebel Syariah (Studi Pada Laundry Syari,Com Kota Medan). Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
- Muslim. Edi Rahmat Taufik dan Lutfi. 2020. Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah. Jurnal Studi Emprirk nasabah Tabungan Produk Tamasa BPR Serang. Banten : Universitas Sultan Agung Tirtayasa.
- Maula Nasrifah dan kamilah Rihadatul Aisyah. 2021. Strategi Marketing dalam Mempertahankan Loyalitas nasabah pada Produk Simpanan Deposito di BMT UGT Cabang Pembantu Kraksaan. Probolinggo : Universitas Islam Zainul Hasan.
- Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati. 2014. Metodologi Penelitian. Bandung : PT Refika Aditama.

Usman Rianse dan Abdi. 2019. Metodologi Penelitian Sosial dan ekonomi (Teori dan Aplikasi). Bandung : Alfabeta.

Haris Herdiansyah. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Salemba Humanika.

Fandy Tjiptopo. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Hari Suminto. 2002. Pemasaran Blak-blakan. Batam : Inter Aksara.

Company BPRS Bina Finansia.

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-strategi/> pada 19 Mei 2022 pukul 21.33 wib

<https://idcloudhost.com/cara-mempertahankan-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan/> pada 19 Mei 2022 pukul 23.05 wib

Journal of Islamic banking and Finance.

Drs. H. Johan Masruhan, MM. 2011. Implementasi Syariah Governance Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas nasabah Bank syariah (Studi pada Bank Muamalat Cabang Semarang). Semarang : IAIN Walisongo.

Fandy Tjiptopo. 2007. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Andi.

Adiwarman Karim. 2004. Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

DSN-MUI-Tentang Tabungan.

Adiwarman Karim. 2007. Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

M. Icham, dkk. 2014. Himpunan fatwa Keuangan syariah Dewan Syariah Nasional MUI. Jakarta : Erlangga.

Muhammad Syafi'I Antonio. 2001. Bank Syariah dari teori Kepraktek. Jakarta : Gema Insani.

Ahmad Subagyo. 2010. Marketing in Business studi Kasus UMK & LKM. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Ali Hasan. 2008. Marketing. Yogyakarta : Medpressindo.

<https://tafsirq.com/49-al-hujurat/ayat-15> pada 3 Juli 2022 pukul 10.49 wib

<https://tafsir.id/2016/66/tafsir-surat-al-anfaal-ayat-15-26.html> pada 3 Juli 2022 pukul 11.12 wib

<https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-159> pada 3 Juli 2022 pukul 11.37 wib

Lexy J. Moleong. 2012. Metologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Ratih Hurriyanti. 2015. Buaran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung : Alfabeta.

Farida Purwaningsih. 2016. Pengaruh Tabungan Mudharabah, Pembiayaan Mudharabah-Musyarakah Dan Pendapatan Operasional Lainnya Terhadap Laba Studi Pada Bank Jatim Syariah Periode 2007-2015. Jurnal An-Nisbah. Vol. 02. No.02.

<https://kerjoanku.wordpress.com/2010/01/29/tabungan-mudharabah/> pada 14 Juli 2022 pukul 04.09 wib

Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya.

Mislah Hayati Nasution. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah.

Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan lainnya. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

H. Kartajaya. Hermawan kartajaya on Segmentation. 2007. Bandung : PT. Mizan Pustaka.

Muhammad Adam. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi. Bandung : Alfabeta.

Bambang D. Prasetyo. 2010. Public Service Communication (Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-Kisah Pelayanan). Malang : UMM Press.

Kamaruddin. Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Gas Elpiji Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal LAA MAIYSIR.

<https://sikapiuangmu.ojk.go.id> pada 14 Juli 2022 pukul 05.28 wib

Ismail. 2010. AKUNTANSI BANK. Teori dan Aplikasi dalam Rupiah. Jakarta : Prenadamedia Group.

E. DEPOSITO

30. Nominal : Rp. Terbilang (.....)

31. Jangka Waktu : 1 Bulan 3 Bulan 6 Bulan 12 Bulan

32. Bagi Hasil : Kapitalisir Pinbuk ke No. Rekening :

33. Diperpanjang Otomatis : Ya Tidak

F. PEMBAYARAN ZAKAT dan INFAQ SECARA OTOMATIS

34. Apakah bagi hasil yang diterima akan dipotong ZAKAT 2.5% dari bagi hasil Ya Tidak

35. Apakah Anda setiap bulan akan membayar INFAQ secara rutin Ya Tidak bila YA disalurkan melalui : BPRS BINA FINANSIA Lainnya

Jumlah / Paket : Rp. Terbilang :

G. PROGRAM PENJAMINAN : DIISI OLEH BANK

36. PENJAMIN OLEH LPS Dijamin Tidak dijamin Pihak terkait dengan Bank Ya Tidak

H. AHLI WARIS

Ahli waris yang ditunjuk oleh nasabah :

37. Nama Ahli Waris :

38. Tempat & Tanggal lahir :

39. Hubungan Keluarga :

I. PERJANJIAN BAGI HASIL

I. Data di atas selanjutnya disebut Pihak I

II. Nama :

Jabatan :

Alamat : PT. BPRS BINA FINANSIA di Semarang

Selanjutnya disebut Pihak Kedua (II)

Pihak Pertama (I) mengajukan permohonan untuk dapat dicatat sebagai pemenang rekening tabungan / deposito mudharabah pada bank dengan skem Mudharabah Muthlaqah Mudharabah Muqayyadah.

Pihak Pertama (I) bersedia mematuhi semua peraturan dan ketentuan yang ditetapkan oleh Pihak Kedua (II), dengan perbandingan bagi hasil untuk Pihak Pertama (I) dan

Untuk Pihak Kedua (II) jika suatu saat Pihak Kedua (II) akan merubah bagi hasil untuk Pihak Pertama (I) lebih tinggi dari yang ditetapkan saat ini, maka Pihak Pertama (I) menyetujui untuk dilakukan perubahan tersebut.

(Perjanjian ini hanya berlaku untuk Tabungan dan Deposito)

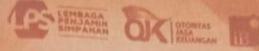
tempat : di Semarang, tanggal

Pihak Pertama Pihak Kedua

Diisi lengkap, Nama jelas dan Tanda Tangan Nasabah / Penerima Kuasa Diisi lengkap, Nama jelas dan Tanda Tangan Pejabat Bank

DIPROSES	DIPERIKSA	DISETUJUI	TANGGAL / JAM

BPRS BINANSIA
PT BPRS BINA FINANSIA



TAHARAH

TABUNGAN HARIAN MUDHARABAH



"TAHARAH adalah produk Tabungan menggunakan akad mudharabah yaitu akad kerjasama antara "Shohibul Maal" (pemilik dana / penyimpan) dengan "Mudharib" (PT BPRS Bina Finansia) yang dalam kerjasama ini berlaku bagi hasil sesuai dengan Nisbah yang disepakati dan dihitung berdasarkan rata-rata pendapatan harian."

**AYO TINGKATKAN
SALDO TABUNGAN ANDA !!!
DAN DAPATKAN SOUVENIRNYA....**

Kantor Pusat :

Jl. Arteri Soekarno Hatta No. 9 Semarang
Telp./Fax : 024-76729706, 024-76729707

Kantor Kas :

Ruko Jatisari Indah Blok C No. 9 Mijen Semarang Telp./Fax. : 024-76672407
Jl. Meranti Raya No. 364 B Banyumanik Semarang Telp./Fax. : 024-76407264

Syarat Mudah

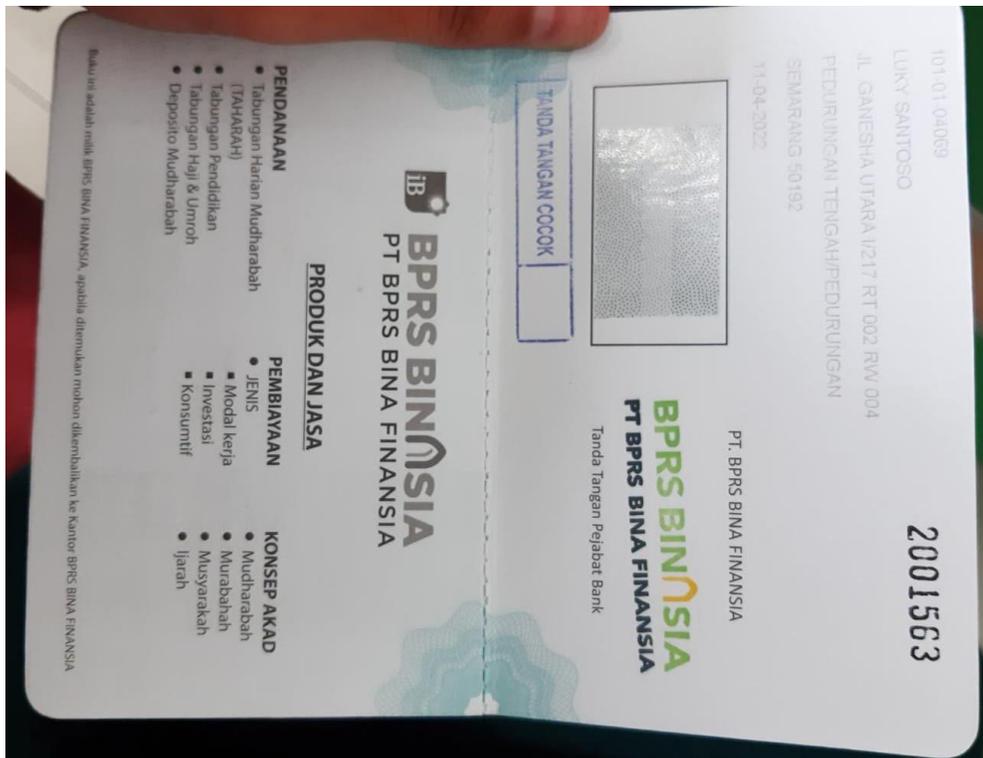
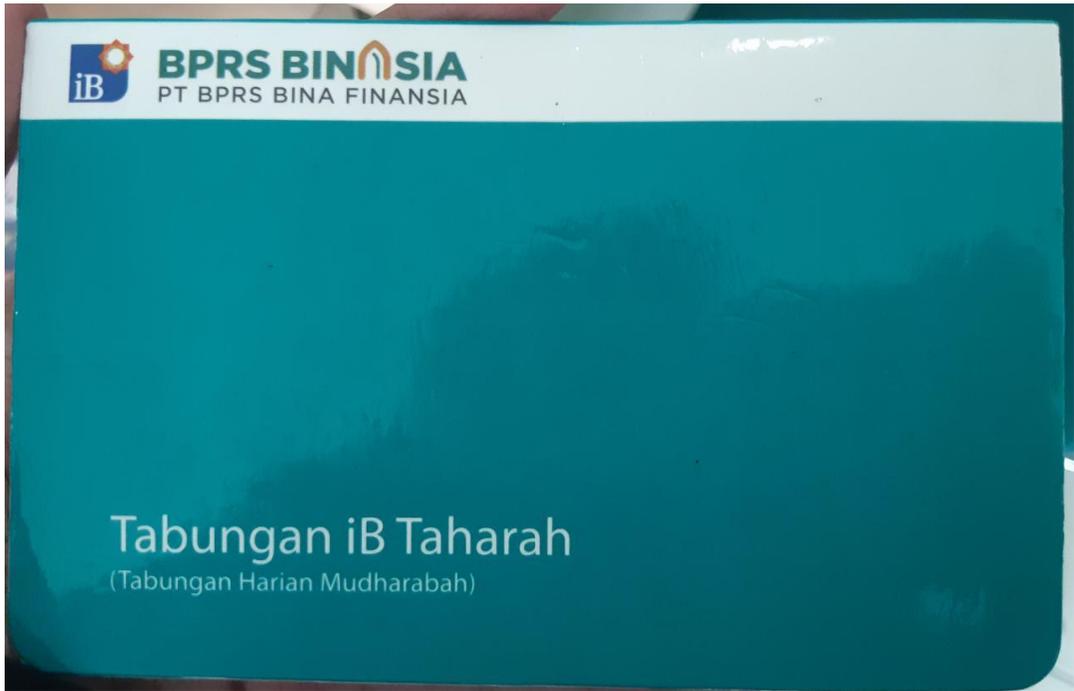
1. Mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening
2. Melampirkan Fotocopy Identitas Diri (KTP)
3. Setoran Awal Minimal Rp. 10.000,- untuk perorangan dan Rp. 25.000,- untuk non perorangan

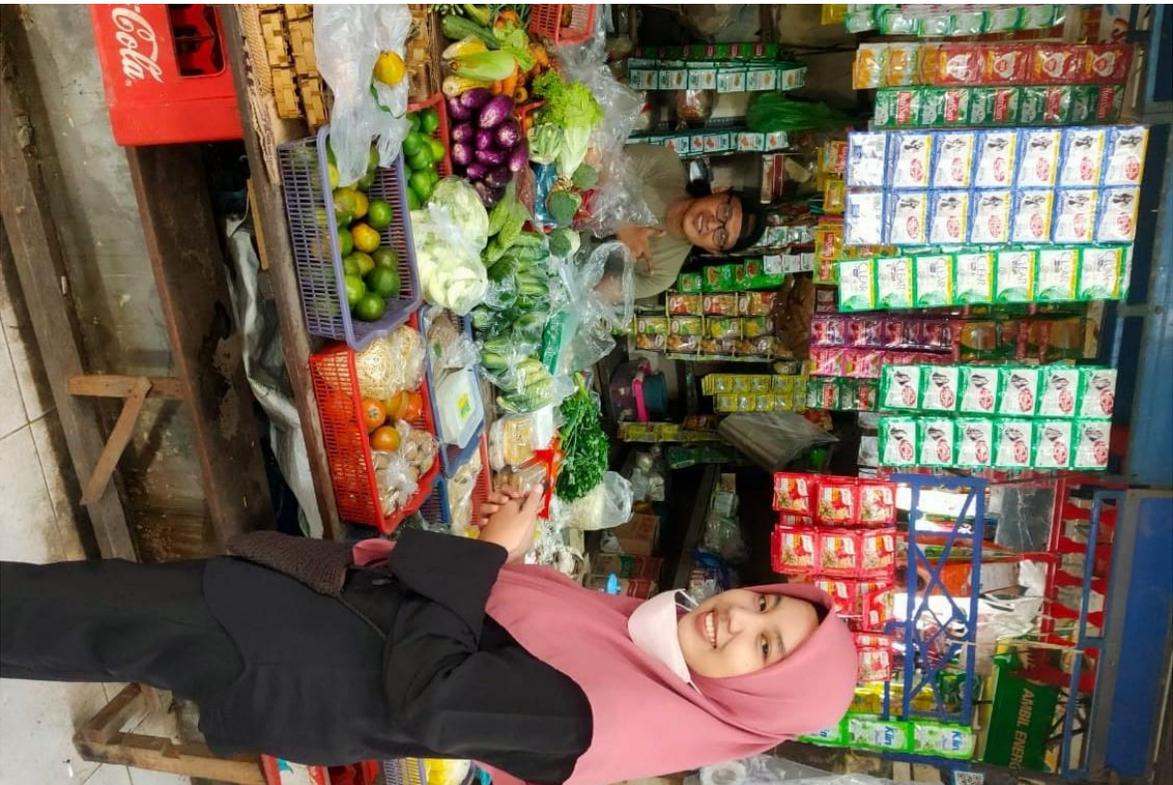
Keuntungan

1. Aman karena dijamin oleh LPS
2. Bebas biaya administrasi bulanan
3. Bagi hasil yang Optimal dan sesuai prinsip syariah



Informasi Hubungi :









Pertanyaan Peneliti kepada Nasabah.

- 1) Nama Nasabah ?
- 2) Mulai kapan, Melakukan Pembukaan tabungan/
Menjadi Nasabah di BPRS Bina Finansia ?
- 3) Alasan Mengapa Menabung di BPRS Bina Finansia
- 4) Menggunakan produk apa saja, selain produk
tabungan tabungah ?
- 5) biasanya Melakukan Setoran / transaksi dilakukan,
kapan ?





DAFTAR RIWAYAT PENULIS

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : Zulfatus Syarifah
2. NIM : 1905015049
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Pemalang, 18 November 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Status : Belum Kawin
6. Agama : Islam
7. Alamat : Ds. Pagergunung RT 02/RW 05, Kec. Ulujami,
Kab. Pemalang
8. No. Hp : 082324508595
9. Email : zulfatussyarifah7@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N 01 Wiyorowetan : Tahun 2007-2013
2. MTS Walisongo Ulujami : Tahun 2013-2016
3. MAN 01 Kota Pekalongan : Tahun 2016-2019
4. UIN Walisongo Semarang : Tahun 2019-sekarang

C. PENGALAMAN MAGANG

1. BPRS Bina Finansia Semarang : Tahun 2022

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Juni 2022

Penulis



Zulfatus Syarifah