

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DEPOSITO IB DESYA
MUDHARABAH PADA BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

FIFI RIYANDA

NIM 122503119

PROGRAM STUDI (D3) PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN WALISONGO SEMARANG

2015



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof Hamka Km. 02 Semarang Telp/Fax. (024) 7601291

PENGESAHAN

Tugas Akhir Saudara : Fifi Riyanda
NIM : 122503119
Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DEPOSITO IB DESYA
MUDHARABAH PADA BPRS SURIYAH

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal : 27 Mei 2015

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan Syariah tahun akademik 2014/2015

Semarang, 27 Mei 2015

Ketua Sidang

H. Nur Fatoni, M.Ag

NIP. 197308112000031004

Penguji I

H. Ahmad Furqon, Lc. MA

NIP. 197512182005011002



Sekretaris Sidang

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag

NIP. 197004101995031001

Penguji II

Taufiq Hidayat, Lc. M.IS

NIP. 1972030720096041002

Pembimbing

Dr. H. Imam Yahya, M.Ag

NIP. 19700410195031001

DR. H. IMAM YAHYA M,AG

Griya Pandana Merdeka Blok H2 RT 07/03

Ngaliyan Semarang 50181

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir

An. Fifi Riyanda

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Fifi Riyanda

NIM : 122503119

Judul : STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DEPOSITO IB DESYA
MUDHARABAH PADA BPRS SURIYAH CABANG
SEMARANG

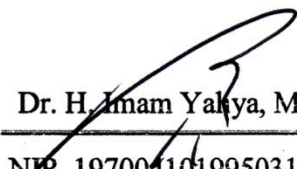
Mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 13 Mei 2015

Pembimbing


Dr. H. Imam Yahya, M.Ag

NIP. 197004101995031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢١﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku Yoshe Rina dan Afri Yanto yang selalu memberikan semangat, kasih sayang, dan doa yang tulus.
2. Adikku Gilang Adi Prakoso, adik satu-satunya yang sangat aku sayangi yang selalu menghiburku, memberikan semangat, doa, dan keceriaan.
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
4. Iqbal Abdul Ghoni yang selalu membantu, memberikan doa dan semangat kepada penulis.
5. Sahabatku Ega Putri Adhiantoro yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
6. Teman-teman kos 24 yang selalu menghibur dan memberikan kebahagiaan khususnya kepada Dwi Arvina Chococip dan Cicik Susilowati.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan jurusan PBS angkatan 2012.
8. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang membantu memberikan inspirasi dan doa.

DEKLARASI

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



NIM. 122503119

ABSTRAK

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah merupakan lembaga keuangan yang berbentuk bank non umum dengan menggunakan prinsip syariah dalam operasionalnya. Berdiri di kota Cilacap pada tanggal 6 Januari 2005 dan sudah memiliki beberapa cabang di kota lainnya. Produk-produk yang terdapat pada BPRS Suriyah dari segi pendanaan (*funding*) antara lain tabungan ib tasya suriyah, tabungan ib tasya pelajar dan santri, tabungan ib tasya haji baitullah, tabungan ib tasya qurban, tabungan ib tasya taman sari, dan deposito ib desya *mudharabah*. Sedangkan dari produk pembiayaan (*lending*) antara lain bisya *murabahah*, bisya *istisna*, bisya *ijarah*, bisya *multijasa*, dan bisya *qardh*. Penelitian ini dilatar belakangi oleh keberhasilan dalam mengembangkan produk deposito desya. Keberhasilan ini dapat diukur dari perolehan nasabah yang selalu melebihi target serta banyak nasabah lama yang merasa nyaman dan terus menginvestasikan dananya dalam jumlah besar. Dari latar belakang tersebut peneliti merumuskan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan produk deposito ib desya *mudharabah* dan peneliti ingin mengetahui tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada BPRS Suriyah.

Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan jenis penelitian yang dilakukan peneliti merupakan jenis penelitian lapangan, data-data yang dikumpulkan diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan yaitu deposito Ib desya ini mempunyai bagi hasil yang cukup tinggi sampai 57,5%, Cara pengembangan produk deposito desya menggunakan pendekatan proaktif antara lain menentukan target pasar, memantau perkembangan pesaing, dan melakukan promosi.

Kekuatan dari produk deposito ib desya *mudharabah* yaitu memiliki bagi hasil yang tinggi dibandingkan dengan lembaga keuangan lain dan menggunakan strategi jempot bola. Sedangkan kelemahannya adalah strategi pemasaran atau promosinya kurang menarik hanya menggunakan brosur saja. Untuk peluang dari BPRS Suriyah yaitu banyak nasabah lama yang loyal dan nyaman dengan pelayanan serta bagi hasil yang diberikan BPRS Suriyah. Dan ancamannya adalah banyak pesaing yang memberikan hadiah kecil dan menggunakan promosi yang lebih menarik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam atas segala limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DEPOSITO IB DESYA MUDHARABAH PADA BPRS SURIYAH” dengan lancar dan tanpa mengalami suatu hambatan apapun.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, pengarahan, dukungan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak yang turut serta membantu hingga terlaksananya penulisan Tugas Akhir ini. Melalui pengantar ini penulis menyampaikan beribu terima kasih kepada:

1. Bp. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.A, Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bp. Dr. H. Imam Yahya M.Ag, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang sekaligus sebagai dosen pembimbing penulis, yang meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bp. H. Johan Arifin S.Ag, MM selaku ketua prodi D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Bp. Drs. Zaenuri selaku dosen wali studi yang sudah membimbing penulis dari semester awal hingga semester akhir.
5. Para Dosen Pengajar Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Seluruh jajaran direksi dan karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang.
7. Mama dan Papa yang tersayang yang memberikan dukungan, dorongan serta doa yang tulus.
8. Teman-teman seperjuangan D3 Perbankan Syariah angkatan 2012.

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya atas segala dukungan dan doa yang telah diberikan. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik atas segala yang telah dilakukannya.

Harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis sendiri khususnya. Semoga Allah memberikan rahmatnya kepada kita semua. Aamiin.

DAFTAR ISI

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Metode Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
G.	

BAB II POKOK BAHASAN

A. Strategi Pengembangan Produk.....	9
1. Pengertian Strategi	9
2. Pengertian Pengembangan Produk.....	10
3. Pengertian Strategi Pengembangan Produk.	11
4. Tujuan Pengembangan Produk.....	13
5. Tahap-tahap Pengembangan Produk.....	14
B. Analisis SWOT.....	23
1. Pengertian Analisis SWOT.....	23
2. Unsur-unsur Analisis SWOT.....	25

BAB III GAMBARAN UMUM BPRS SURIYAH

A. Sejarah Berdirinya.....	26
B. Landasan Hukum Pendirian BPRS Suriyah.....	28
C. Visi, Misi, dan Motto BPRS Suriyah.....	28
D. Susunan Organisasi BPRS Suriyah.....	29
E. Tugas dan Wewenang Pegawai BPRS Suriyah.....	30
F. Sistem dan Produk yang Dikeluarkan.....	34
G. Permasalahan yang Dihadapi BPRS Suriyah.....	40
H. Strategi Pengembangan Produk Pada BPRS Suriyah.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Produk Deposito Ib Desya Mudharabah....	43
B. Analisis SWOT Terhadap Produk Deposito Mudharabah.....	46

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	48
B. Saran.....	49
C. Penutup.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan Syari'ah merupakan bagian dari entitas syari'ah yang berfungsi sebagai lembaga *intermediary* keuangan diharapkan dapat menampilkan dirinya secara baik dibandingkan dengan perbankan dengan sistem yang lain yakni perbankan dengan basis bunga.¹

Kegiatan operasional Perbankan Syari'ah di Indonesia di mulai dari tahun 1992 melalui pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. (PT.BMI) di dasarkan pada undang-undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang kemudian diperbaharui dengan undang-undang No.10 tahun 1998. Operasional BMI kurang menjangkau usaha masyarakat kecil menengah, maka muncul lah usaha untuk mendirikan bank dan lembaga keuangan mikro, seperti BPR Syari'ah yang bertujuan untuk mengatasi hambatan operasionalisasi BMI tersebut.²

Undang-undang perbankan No. 21 tahun 2008 yang disahkan pada tanggal 16 Juli 2008 bahwa pada pasal 1, memiliki beberapa ketentuan umum yang menarik untuk dicermati. Ketentuan umum dimaksud (pasal 1) adalah merupakan sesuatu yang baru dan akan memberikan implikasi tertentu, meliputi:

1. Istilah Bank Perkreditan Rakyat yang diubah menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah. Perubahan ini untuk lebih menegaskan adanya perbedaan antara kredit dan pembiayaan berdasarkan prinsip syari'ah.
2. Definisi Prinsip Syari'ah. Dalam definisi memiliki dua pesan penting yaitu: (1) Prinsip Syari'ah adalah prinsip hukum Islam, dan (2)

¹ Dwi Suwiknyo, *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 21

² Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2003, hlm.85

Penetapan pihak/lembaga yang berwenang mengeluarkan fatwa yang menjadi dasar prinsip syari'ah.

3. Penetapan Dewan Pengawas Syari'ah sebagai pihak terafiliasi seperti halnya akuntan publik, konsultan dan penilai.
4. Definisi pembiayaan yang berubah secara signifikan dibandingkan definisi yang ada dalam UU sebelumnya tentang perbankan (UU No.10 tahun 1998). Dalam definisi terbaru, pembiayaan dapat berupa transaksi bagi hasil, transaksi sewa menyewa, transaksi jual beli, transaksi pinjam meminjam dan transaksi sewa menyewa jasa (multijasa).

Menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia tentang Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah. Dalam hal ini nomor 11/29/PBI/2009. Tentang fasilitas pendanaan jangka pendek bagi teknis Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS).³

Kegiatan operasional bank syari'ah secara garis besar yaitu menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. Dalam aktivitas penghimpunan dana, akad yang lazim digunakan adalah simpanan dengan akad wadiah atau mudharabah, dimana akad wadiah digunakan untuk tabungan, sedangkan akad mudharabah digunakan untuk produk tabungan qurban, tabungan haji, taman sari, dan simpanan berjangka atau deposito.⁴

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang merupakan salah satu BPRS yang sedang berkembang di kota Semarang, BPRS yang memiliki kantor pusat di Cilacap ini mulai beroperasi menjalankan kegiatan dibidang usaha perbankan syari'ah sejak tanggal 1 April 2005, dimana kehadirannya diharapkan mampu mendorong dan meningkatkan perekonomian masyarakat dengan berbagai produk perbankan yang

³ Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah, hlm. 21

⁴ Wawancara dengan Egi karyawan bagian Customer Service BPRS Suriyah Cabang Semarang pada tanggal 20 Maret 2015.

ditawarkan, diantaranya adalah deposito dengan nama produk Deposito Ib Desya *Mudharabah*.⁵

Di BPRS Suriyah kantor Cabang Semarang deposito dirancang sebagai sarana untuk investasi bagi masyarakat yang mempunyai dana lebih, dari kelebihan dana tersebut, masyarakat mendepositokan dananya dengan jangka waktu yang telah disepakati dengan tujuan mendapatkan bagi hasil disetiap bulannya dari BPRS Suriyah, akan tetapi tidak semua masyarakat mengetahui tentang produk deposito, untuk itu marketing funding bertugas untuk mengenalkan kepada masyarakat tentang manfaat yang didapat dari produk deposito tersebut serta keunggulan produk deposito dibandingkan dengan tabungan.

Produk Deposito Ib Desya *mudharabah* ini mempunyai karakteristik yang unik, tidak berbeda jauh dari produk-produk yang ada pada lembaga keuangan lain, akan tetapi produk deposito ib desya *mudharabah* ini mempunyai bagi hasil yang cukup besar antara lain 9-12% per tahunnya, selain itu prosedur pembuatannya mudah dan menggunakan system jemput bola, sangat menguntungkan untuk nasabah yang tidak mempunyai banyak waktu luang.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah, maka BPRS Suriyah Cabang Semarang melakukan strategi pengembangan produk deposito, salah satu strategi pemasarannya adalah dengan strategi jemput bola, dengan strategi tersebut diharapkan banyak masyarakat yang bergabung untuk menabung atau mendepositokan dananya pada BPRS Suriyah Cabang Semarang. Sebagai indikator untuk mengetahui bahwa strategi pengembangan produk tersebut berhasil yaitu dengan melihat jumlah nasabah pertahunnya yang selalu mengalami peningkatan.⁶ Walaupun sebagian besar masyarakat tahu akan produk deposito, tetapi ada pula sebagian masyarakat yang tidak mengetahui tentang produk deposito, itulah alasan mengapa masyarakat yang tidak mengetahui tentang produk deposito tersebut dan lebih memilih produk

⁵ *Company Profile* BPRS Suriyah Cabang Semarang

⁶ Wawancara dengan Angke Winnetou karyawan bagian Marketing Funding (AO) BPRS Suriyah Cabang Semarang pada tanggal 20 Maret 2015

tabungan wadiah dibandingkan produk deposito, untuk itu perlu dilakukannya Strategi Pengembangan Produk supaya masyarakat menjadi tahu dan tertarik tentang produk deposito dan lembaga keuangan dapat mencapai targetnya.

Sebagai pendukung analisis terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan tentang strategi pemasaran pada BPRS, diantaranya adalah penelitian saudara Siti Kholidatuljannah yang berjudul “Strategi Produk Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah Di BPRS PNM BINAMA Semarang” dan penelitian saudara Okta Kurniawati yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Yang Efektif Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Taharah Pada BPRS PNM Binama Kantor Kas Tembalang”.

Dalam penelitian ini penulis ingin mengkaji lebih mendalam mengenai BPRS Suriyah khususnya mengenai Strategi Pengembangan Produk Deposito *Ib Desya Mudharabah* pada BPRS Suriyah Cabang Semarang. Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkatnya di dalam penulisan Tugas Akhir yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DEPOSITO IB DESYA *MUDHARABAH* PADA BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG”

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dapat penulis ambil dalam tugas akhir adalah:

- a. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Deposito *Ib Desya Mudharabah* di BPRS Suriyah Cabang Semarang?
- b. Bagaimana analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap strategi pengembangan produk yang dilakukan BPRS Suriyah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah:

- a. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Produk Deposito *Ib Desya Mudharabah* di BPRS Suriyah Cabang Semarang.

- b. Untuk mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman terhadap strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh BPRS Suriah.

D. Manfaat Penelitian

Bagi Penulis:

- a. Dapat menambah wawasan yang luas dan mengetahui aplikasi sesungguhnya tentang perbankan khususnya terhadap Produk Deposito Desya *Mudharabah*.
- b. Memberitahukan kepada masyarakat tentang produk Deposito Desya *Mudharabah*.

Bagi Lembaga Keuangan:

- a. Penelitian ini dapat memperkenalkan eksistensi BPRS Suriah kepada masyarakat luas.
- b. Memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat untuk menunjang kesuksesan BPRS Suriah di masa yang akan datang.

Bagi Masyarakat:

- a. Menjadi referensi bagi masyarakat untuk mengenal produk Deposito Desya.
- b. Agar mengetahui profil BPRS Suriah dan produk-produk apa saja yang terdapat di BPRS Suriah.

Bagi Mahasiswa atau mahasiswi D3 Perbankan Syariah Uin Walisongo Semarang:

- a. Sebagai tambahan referensi mengenai strategi pengembangan produk.
- b. Sebagai tambahan informasi tentang produk dan profil BPRS Suriah.

E. Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang jelas (*valid*) dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis / lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁷

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam menyusun sebuah penelitian data merupakan suatu yang sangat penting, oleh karena itu data harus dikumpulkan secara akurat, relevan dan komprehensif bagi persoalan yang diteliti, dalam metode diantaranya:

a. Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung terhadap obyek tertentu yang menjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana kerja di BPRS Suriyah Cabang Semarang, serta mencatat segala sesuatu yang berhubungan dengan produk-produk *funding*

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab kepada bagian-bagian yang terkait dengan tema yang diangkat di BPRS Suriyah Cabang Semarang, hal ini dilakukan agar tidak terjadi penyimpangan atau salah pengertian mengenai permasalahan yang diangkat.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa arsip-arsip, catatan-catatan, pendapat dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.⁸

⁷ Lexy J Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2009, hlm.4

⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Karya Ilmiah*, Jakarta: Tifa Publishing House, 2011, hlm. 138

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan.⁹ Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum tentang BPRS Suriyah Cabang Semarang dan produk-produknya.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tentang adanya suatu peristiwa, dan datanya yang jaraknya telah jauh dari sumber orisinal.¹⁰

4. Analisis Data

Dari data-data yang terkumpul, penulis berusaha menganalisis data tersebut. Dalam menganalisis data, penulis menggunakan teknik analisis deskriptif, yaitu data-data yang diperoleh kemudian dituangkan kedalam kata-kata maupun gambar, kemudian di deskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan kenyataan yang realistis.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman isi dari Tugas Akhir ini, penulis menyajikan sistematika penulisannya sebagai berikut:¹¹

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, metode penelitian, dan sistematika penulisan Tugas Akhir.

BAB II PEMBAHASAN UMUM TENTANG TOPIK ATAU POKOK BAHASAN

⁹ Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009, hlm. 80

¹⁰ Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005, hlm. 44

¹¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*, hlm. 81

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti bersumber dari buku-buku.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini di uraikan tentang sejarah, perkembangan BPRS Suriyah, profil dan struktur organisasi, serta produk pendanaan dan produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Suriyah Cabang Semarang.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan dan hasil penelitian yaitu, strategi pengembangan produk deposito *ib desya mudharabah*, teknik bagi hasil pada deposito *ib desya mudharabah* dan analisa.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan, saran, dan penutup.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB II

POKOK BAHASAN

A. Strategi Pengembangan Produk

1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “*strategia*” yang diartikan sebagai “*the art of the general*” atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan.¹ Dalam pengertian umum, strategi adalah cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan. Strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu yang menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideology, politik, ekonomi, sosia-budaya) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dalam strategi yang baik terdapat terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.²

Dalam perencanaan strategi tersebut terkandung tiga pemikiran utama. Pemikiran utama pertama adalah bahwa, bisnis harus dikelola seperti portofolio investasi, yaitu perlu diputuskan bisnis mana yang dapat dikembangkan, dipertahankan, dikurangi, atau dihentikan. Setiap bisnis memiliki potensi keuntungan masing-masing dan sumber daya perusahaan harus dialokasikan sesuai potensi keuntungan masing-masing bisnis.

Pemikiran utama kedua adalah bahwa, potensi keuntungan masa depan setiap bisnis harus dinilai secara akurat dengan pertimbangan

¹ M. Suyanto, *Marketing Strategy*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007, hlm. 106

² Paul N. Bloom dan Louise N. Boone, *Strategi Pemasaran Produk: 18 Langkah Membangun Jaringan Pemasaran Produk Yang Kokoh*, Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2009, hlm. 72

tingkat pertumbuhan pasar dan posisi serta kesesuaian bisnis. Kemudian, pemikiran utama ketiga yang melandasi perencanaan strategi adalah strategi.³

2. Pengertian Pengembangan Produk

Pengembangan produk dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk menambah manfaat, ciri, desain, dan layanan pada barang dan jasa.

Pengertian pengembangan produk telah banyak diutarakan banyak ahli, antara lain:⁴

- a. *Assaury* mengatakan bahwa pengembangan produk (*product development*) adalah suatu kegiatan atau aktifitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk kearah yang lebih baik sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar.
- b. *Stanton* mengatakan bahwa pengembangan produk (*product development*) adalah suatu istilah yang terbatas meliputi kegiatan teknis seperti riset produk, rekayasa dan desain.
- c. *Guiltinan* mengatakan bahwa pengembangan produk (*product development*) adalah suatu kebutuhan atau keinginan yang selalu berubahmengakibatkan adanya segmen baru atau adanya persaingan dan perubahan teknologi.
- d. *Sigit* mengatakan bahwa pengembangan produk (*product development*) adalah kegiatan-kegiatan *manufacturer* (pembuat barang) atau *middlemen* (perantara) yang bermaksud melakukan penyesuaian barang-barang yang dibuat atau ditawarkan untuk dijual atas permintaan pembeli.

³ Murti Sumarni, *Managemen Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Liberty, 2005, hlm. 6

⁴ Imam Djati Widodo, *Perencanaan dan Pengembangan Produk*, Yogyakarta: UII Press, 2009, hlm.71

- e. *Kotler dan Amstrong* mengatakan bahwa pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau produk yang telah dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang.

3. Pengertian Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan melalui perbaikan bentuk, penyederhanaan, penyempurnaan bentuk kembali, menambah desain atau model dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan.⁵ Strategi pengembangan produk termasuk kedalam strategi korporasi (*Corporate Strategy*) dimana, dalam strategi pengembangan produk terdapat potensi keuntungan maupun resiko dari aktivitas pengembangan produk dan banyak faktor yang menyebabkan suatu organisasi mempertimbangkan melakukan pengembangan produk baru.

Perilaku konsumen yang tidak pasti dimana akan cepat tertarik dengan munculnya produk baru yang menawarkan pelayanan yang lebih memuaskan mereka. Perilaku konsumen yang cepat berubah ini mengharuskan para pelaku usaha untuk selalu menganalisis kelebihan dan kelemahan produknya maupun produk pesaing sehingga dapat menggunakan strategi pengembangan produk agar dapat terus bertahan dan bersaing dengan produk sejenis dari perusahaan pesaing.⁶

Hampir semua organisasi menemukan bahwa pendekatan strategi managerial pada aktifitas pengembangan produk baru, akan meningkatkan peluang keberhasilan dan juga meminimalisasi biaya

⁵ Abdullah Thamrin, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2014, hlm. 42

⁶ Trisna Samsul Ma'arif dan Yandra Akerman, *Strategi Pengembangan Produk Susu Kedelai Dengan Penentuan Karakteristik Produk*, Dalam Jurnal Karya Ilmiah IPB, Diunduh Pada Tanggal 13 April 2015

dan risiko. Ada dua pendekatan dalam menjalankan strategi pengembangan produk yaitu sebagai berikut:⁷

1. Strategi Proaktif (*Proactive Strategy*)

Strategi pengembangan produk yang dilakukan untuk mengantisipasi kondisi dimasa depan. Pengembangan produk dimulai dari perusahaan sendiri. Beberapa bentuk strategi proaktif yaitu:

a. Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development*)

Strategi ini menempatkan perusahaan untuk terus berusaha mengembangkan produknya secara teknis.

b. Pemasaran (*Marketing*)

Strategi ini menempatkan konsumen sebagai pertimbangan pertama dalam membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

c. Pengusaha (*Enterpreneurial*)

Strategi ini member kesempatan pada seorang pengusaha (*entrepreneur*) untuk mewujudkan idenya dengan membuat divisi tersendiri dan mengumpulkan sumbernya. Strategi ini dilaksanakan pada perusahaan yang sudah besar dan mapan.

d. Akuisisi (*Acquisition*)

Strategi ini melibatkan perusahaan untuk mengambil alih atau membeli perusahaan lain yang menghasilkan suatu produk yang sama sekali baru bagi perusahaan atau bahkan bagi pasar.

2. Strategi Reaktif (*Reactive Strategy*)

Strategi pengembangan produk yang dilakukan sebagai respon dari kondisi pasar atau pesaingnya. Beberapa bentuk dari strategi reaktif, yaitu sebagai berikut:

⁷ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha ilmu, 2010, hlm.56

a. Strategi Defensive (*defensive Strategy*)

Strategi ini dilakukan dengan menciptakan suatu aksi untuk melindungi perusahaan terhadap produk baru yang dikeluarkan pesaing yang meraih sukses pasar.

b. Strategi Imitative (*Imitative Strategy*)

Strategi ini dilakukan dengan meniru produk baru dengan cepat sebelum produk tersebut mendapatkan pasaran yang kuat.

c. Strategi *Second-But-Better*

Strategi ini dilakukan dengan sebelumnya menunggu hasil pemasaran produk baru dari pesaingnya, lalu tidak hanya meniru produk pesaing, tetapi juga memperbaikinya dan memperkuat posisinya dipasaran.

d. Strategi Responsive (*Responsive Strategy*)

Strategi ini dilakukan dengan mengakomodasi keinginan konsumen.⁸

4. Tujuan Pengembangan Produk

Tujuan pengembangan produk adalah sebagai berikut:

- a. Untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas
- b. Untuk menambah omzet perusahaan
- c. Untuk memenangkan persaingan
- d. Untuk mendayagunakan sumber-sumber produksi
- e. Untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama
- f. Untuk mendayagunakan sisa-sisa bahan
- g. Untuk mencegah kebosanan konsumen
- h. Untuk menyederhanakan produk.⁹

⁸ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, hlm.57

5. Tahap-Tahap Pengembangan Produk

Agar pelaksanaan pengembangan produk dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan, perlu diperhatikan tahap-tahap dalam melaksanakan pengembangan produk. Tahap-tahap pengembangan produk terbagi menjadi delapan tahap, yaitu:

a. Pemunculan Gagasan

Pengembangan produk berawal dari pencairan gagasan. Gagasan produk biasanya berasal dari berbagai sumber, diantaranya yaitu manajer pengembangan dan penelitian, pelanggan, ilmuwan, pesaing, pegawai, saluran pemasaran dan manajemen puncak.

b. Penyaringan Gagasan

Gagasan yang disampaikan oleh pihak-pihak di atas disortir menjadi tiga kelompok yaitu gagasan yang menjanjikan, gagasan yang pas-pasan, dan gagasan yang ditolak. Dalam menyaring gagasan, perusahaan harus memperhatikan dan menghindari dua kesalahan, yaitu:

1. Kesalahan Membuang

Kesalahan ini terjadi jika perusahaan membuang ide yang sebenarnya baik untuk dikembangkan. Karena kurangnya gambaran perusahaan terhadap potensi ide tersebut maka perusahaan membuangnya.

2. Kesalahan Jalan Terus

Kesalahan ini terjadi apabila perusahaan mengembangkan ide yang sebenarnya merugikan, hal ini akan mengakibatkan produk yang dikembangkan mengalami kegagalan pasar.

⁹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2007, hlm. 101

c. Pengembangan dan Penyajian Konsep

Gagasan yang menarik harus disempurnakan menjadi konsep yang dapat diuji. Gagasan produk adalah yang mungkin dapat ditawarkan oleh perusahaan ke pasar. Konsep produk adalah versi terinci dari suatu gagasan yang dinyatakan dalam istilah-istilah yang berarti bagi konsumen.¹⁰

d. Pengembangan Strategi Pemasaran

Perusahaan yang mengembangkan produk dengan melalui strategi pemasarannya perlu memperkenalkan produknya kepada pasar yang mencakup tiga bagian pokok, yaitu:

Bagian Pertama:

1. Menjelaskan ukuran, struktur dan perilaku pasar sasaran
2. Rencana penentuan posisi produk, penjualan, pangsa pasar dan laba yang diinginkan dalam beberapa tahun yang akan datang

Bagian kedua:

- a. Mengiktisarkan rencana harga produk itu
- b. Strategi distribusi
- c. Anggaran pemasaran untuk tahun pertama

Bagian ketiga:

- a. Menjelaskan penjualan jangka panjang
- b. Menjelaskan sasaran laba
- c. Menjelaskan strategi bauran pemasaran selama jangka waktu itu

e. Analisis Bisnis

Setelah manajemen mengembangkan konsep produk dan strategi pemasaran manajemen dapat mengevaluasi daya tarik bisnis. Manajemen perlu melakukan persiapan proyeksi penjualan, biaya, dan laba untuk menentukan apakah semua itu memenuhi

¹⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009, hlm. 174

tujuan perusahaan. Jika memenuhi, konsep itu dapat dilanjutkan ketahap pengembangan produk.

f. Pengembangan Produk

Jika konsep produk dapat melewati bisnis, konsep itu akan berlanjut ke bagian rekayasa untuk dikembangkan menjadi produk fisik.¹¹

g. Pengujian Pasar

Tahap dimana produk diberi merk, kemasan dan program atas tanggapan konsumen dan penyaluran terhadap masalah-masalah perlakuan, penggunaan, dan pembelian barang ulang produk senyatanya serta pengkajian atas seberapa luas pasar sesungguhnya. Luasnya pengujian pasar yang harus diadakan akan bergantung pada dua segi yaitu biaya dan resiko penanaman modal disatu pihak, dan lainnya adalah keterbatasan waktu dan biaya penelitian.

h. Tahap Komersialisasi

Tahap ini merupakan tahap peluncuran produk ke pasar dimana perusahaan yang berkapasitas sebagai produsen suatu produk akan memutuskan mengenai peluncuran produk ke pasar. Dalam tahap ini, kewajiban manajemen adalah menentukan kapan (*when*), siapa (*who*), dan bagaimana (*how*) produk-produk itu dipasarkan.

Dalam setiap tahapan proses tersebut, manajemen akan mereview dan mengambil keputusan apakah lanjut atau menghentikan proses pengembangan produk tersebut.¹² Agar strategi pengembangan produk dapat lebih efektif dalam rangka mempengaruhi nasabah untuk tertarik menggunakan dan membuat mereka menjadi puas maka kita perlu mempelajari beberapa hal

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 175

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 177

tentang strategi ini yaitu konsep produk, siklus kehidupan produk, dan jenis-jenis produk.¹³

Konsep Produk, merupakan suatu pengertian atau pandangan nasabah terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Jadi, nasabah berfikir tentang seberapa penting dan bergunanya produk itu baginya. Biasanya nasabah memiliki konsep atau pandangan tertentu terhadap suatu produk.

Siklus Kehidupan Produk, setiap produk sebenarnya memiliki siklus perputaran terhadap kehidupannya. Masa pengenalan kepada masyarakat, masa pertumbuhan, masa kedewasaan, kemudian masa penurunan. Masa-masa itu semua yang akan dialami setiap produk.¹⁴

Pengertian *Mudharabah*

Mudharabah berasal dari kata '*dharb*' yang berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya.¹⁵ Sebagaimana yang telah disebutkan dalam Qs. Al-Muzzammil [73]:20 tentang anjuran untuk melakukan usaha:

وَأَخْرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ...¹⁶

“...dan orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah...”¹⁶

Secara teknis *mudharabah* adalah suatu jenis kerja sama (perkongsian / *syirkah*), dimana pihak pertama menyediakan seluruh

¹³ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, hlm. 200

¹⁴ Sofian Assauri, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 201

¹⁵ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hlm. 181

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2006, hlm. 575

dana (100%) dan pihak kedua sebagai pengelola bertanggung jawab atas pengelolaan usaha.¹⁷

Dalam mengaplikasikan prinsip *mudharabah* penyimpan atau deposan bertindak sebagai *shahibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan murabahah atau ijarah, dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan mudharabah ke dua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang telah disepakati.¹⁸ Rukun *mudharabah* akan terpenuhi jika:

- a. Ada *mudharib*
- b. Ada pemilik dana
- c. Ada usaha
- d. Ada nisbah
- e. Ada *ijab qabul*

Secara operasional terdapat tiga jenis *mudharabah*. Yaitu:

a. *Mudharabah mutlaqah*

Mudharabah mutlaqah adalah dimana pemilik dana memberikan kebebasan kepada pengelola dana dalam pengelolaan investasinya.

b. *Mudharabah muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah adalah dimana pemilik dana memberikan batasan kepada pengelola dana, antara lain mengenai tempat, cara dan objek investasi.

c. *Mudharabah musytarakah*

Mudharabah musytarakah adalah dimana pengelola dana menyertakan modal atau dananya dalam kerjasama investasi.¹⁹

¹⁷ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT. Grasindo, 2005, hlm. 33

¹⁸ Ahmad Ifham Sholikhin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010, hlm. 117

¹⁹ Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*, hlm. 182

Landasan Hukum

a. Al-Qur'an

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ...

“Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah...” (Qs. Al-Jumu'ah [62]:10)²⁰

b. Al-Hadist

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه عن صهيب)

“Dari shalih bin shuhaib r.a bahwa Rasulullah saw bersabda, tiga hal yang didalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah no. 2280, kitab at-tijarah).²¹

Deposito Mudharabah

Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah mutlaqah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasaabah (penyimpan) dan bank (pengelola) perbedaan dengan deposito konvensional terlihat pada akad dan sistem bagi hasil yang ditawarkan.²²

Fatwa DSN tentang deposito ditetapkan pada tanggal 01 April 2000 yang bertepatan dengan tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H, yang

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, hlm. 554

²¹ Muhammad Dhiya Ulhaq, *Mekanisme Deposito Mudharabah Abadi Pada BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi*, Tugas Akhir, Semarang: Uin Walisongo Semarang, 2013, hlm. 18, t.d

²² Ahmad Ifham Sholikhin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, hlm. 118

ditanda tangani oleh ketua DSN-MUI (K.H. Ali Yafie) dan sekretariatnya (H.A. Nadzri Adlani), dengan nomor 03/DSN-MUI/IV/2000.²³

Kegiatan penghimpunan dana dengan prinsip *mudharabah muthlaqah* dapat diterapkan untuk pembukaan rekening tabungan dan deposito. Berdasarkan prinsip ini, tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun.

Prinsip *mudharabah* berikut ini berlaku baik untuk tabungan maupun deposito:

- a. Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberian keuntungan atau perhitungan pembagian keuntungan serta resiko yang dapat timbul dari penyimpanan dana. Apabila telah dicapai kesepakatan, hal tersebut harus dicantumkan dalam akad.
- b. Bank dapat memberikan buku tabungan *mudharabah* sebagai buku penyimpan, serta kartu ATM atau alat penarikan lainnya kepada penabung. Sedangkan untuk deposito *mudharabah*, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpan (bilyet) deposito kepada deponan.
- c. Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang setelah jatuh tempo akan diberlakukan sama seperti deposito bari, tetapi bila akad sudah dicantumkan perpanjangan otomatis, maka tidak perlu dibuat akad baru.
- d. Ketentuan-ketentuan lain yang berkaitan dengan tabungan dan depositotetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.²⁴

Adapun jenis-jenis deposito adalah sebagai berikut:

²³ Jaih Mubarak Dr, *Perkembangan Fatwa Ekonomi Syari'ah Di Indonesia*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004, hlm. 58

²⁴ Jaih Mubarak Dr, *Perkembangan Fatwa Ekonomi Syari'ah Di Indonesia*, hlm. 52-53

a. Deposito *on-call*

Simpanan yang berada dalam bank selama depositan membutuhkannya, berbeda dengan deposito berjangka lainnya apabila seorang ingin menarik simpanannya terlebih dahulu dia harus memberitahukan kepada bank, sesuai dengan perjanjian antara depositan dengan bank. Di luar negeri deposit on call ini banyak disukai oleh para nasabah.

b. Deposit *automatic roll-over*

Deposit *automatic rolling over* secara otomatis diperhitungkan dengan bagi hasil demikian juga dengan deposito yang habis waktunya dan depositan tertunda menarik uang depositonya yang sudah jatuh tempo. Deposito ini menjadikan deposito nasabah yang telah jatuh tempo akan otomatis di depositkan kembali.

Sarana Penarikan Deposito

Deposito dapat cair setelah jatuh tempo, apabila deposito telah jatuh tempo maka uang akan dapat diambil secara tunai ataupun dapat dilakukan pemindah bukuan kedalam rekening tabungan maupun rekening giro. Apabila setelah jatuh tempo deposito tidak diambil maka jika pada awal perjanjian nasabah menyetujui system ARO (Automatic Rolling Over) maka uang itu akan kembali di manfaatkan oleh bank untuk pembiayaan. Apabila deposito tersebut belum jatuh tempo, tetapi nasabah mengambil uang tersebut, maka nasabah dikenakan *finallty*, dan nasabah wajib membayar kepada bank sesuai prosedur pada bank yang berlaku.

Deposito juga memiliki kelebihan dan kelemahan, yaitu sebagai berikut:

1. Kelebihan:

- a. Bagi hasil lebih deposito memiliki bagi hasil yang cukup besar dibandingkan dengan tabungan.
- b. Tidak dikenakan biaya administrasi bulanan.
- c. Dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

2. Kekurangan
 - a. Tidak dapat diambil sewaktu-waktu
 - b. Dikenakan pajak sebesar 15-20% untuk setiap dana diatas Rp. 7.500.000,- (Tergantung masing-masing kebijakan bank).²⁵

Produk Deposito Ib Desya *Mudharabah*

a. Pengertian Deposito Ib Desya *Mudharabah*

Deposito Ib Desya *Mudharabah* adalah salah satu produk yang banyak diminati oleh masyarakat yang mempunyai uang mengendap atau uang yang berlebih, sehingga sangat cocok untuk dijadikan investasi dengan cara menandatangani sejumlah uang ke BPRS Suriah Cabang Semarang. Deposito Ib Desya adalah Simpanan berjangka 1,3,6,12 bulan dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati.²⁶

b. Keutamaan Deposito Ib Desya *Mudharabah*

1. Deposito Ib Desya *Mudharabah* adalah simpanan berjangka yang aman dan memiliki bagi hasil yang cukup tinggi tiap bulannya.
2. Diberlakukannya layanan jemput bola yang memudahkan nasabah untuk pembukaan rekening baru serta laporan bagi hasil yang didapatkan tiap bulannya yang diserahkan kepada nasabah yang bersangkutan dalam bentuk surat yang diantar langsung kepada nasabah oleh karyawan marketing *funding*.
3. Bebas dari biaya administrasi bulanan
4. Telah dijamin oleh LPS.²⁷

²⁵ Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, hlm. 95

²⁶ Wawancara dengan Muhammad Qostholani karyawan bagian Marketing Funding(Ao) BPRS Suriah Cabang Semarang pada tanggal 01 April 2015

²⁷ Brosur BPRS Suriah Cabang Semarang

- c. Persyaratan dan dokumentasi
 - 1. Tersedia dalam rupiah
 - 2. Nominal deposito *mudharabah* sebesar Rp. 500.000,- untuk perorangan dan Rp. 1.000.000,- untuk badan hukum atau organisasi
 - 3. Jangka waktu antara lain 1, 3, 6, 12 bulan
 - 4. Dapat dengan kondisi *single* atau *join*
 - 5. Akad *mudharabah mutlaqah* dengan nisbah disepakati oleh kedua belah pihak
 - 6. Dikenakan pajak atas bagi hasil dengan saldo setara atau diatas Rp.7.500.000,-
 - 7. Deposito *mudharabah* pada saat jatuh tempo tidak dicairkan maka diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan kesepakatan akad atau kebijaksanaan bank tanpa merubah bilyet yang telah diterbitkan.
- d. Syarat Pembukaan Rekening Deposito *Ib Desya Mudharabah*
 - 1. Mengisi aplikasi pembukaan rekening
 - 2. Melampirkan fotocopy atau identitas diri (KTP)
 - 3. Menyerahkan setoran minimal Rp.500.000,-²⁸

B. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Analisis internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Sementara analisis eksternal mencakup faktor peluang (*opportunity*) dan tantangan (*threats*).

Ada dua pendekatan dalam analisis SWOT, yaitu:

- a. Pendekatan Kualitatif Matriks SWOT

²⁸ Brosur BPRS Suriyah Cabang Semarang

Pendekatan kualitatif matriks SWOT sebagaimana dikembangkan oleh kearns menampilkan delapan kotak, yaitu dua paling atas adalah kotak faktor eksternal (peluang dan tantangan) sedangkan dua kotak sebelah kiri adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Empat kotak lainnya merupakan isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal.

Matriks SWOT Kearns

Internal Eksternal	<u>Strengths</u> (<u>Kekuatan</u>)	<u>Weaknes</u> (<u>Kelemahan</u>)
Opportunities (<u>Peluang</u>)	OS	OW
Threats (<u>Ancaman</u>)	TS	TW

b. Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Data SWOT kualitatif diatas dapat dikembangkan secara kuantitatif melalui perhitungan analisis SWOT yang dikembangkan oleh Pearce dan Robinson (1998) agar diketahui secara pasti posisi organisasi yang sesungguhnya. Perhitungan dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:²⁹

1. Melakukan perhitungan skor (a) dan bobot (b) point faktor serta jumlah total perkalian skor dan bobot ($c = axb$) pada setiap faktor S-W-O-T. menghitung skor (a) masing-

²⁹ Sofyan P. Siagian, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005, hlm. 172

masing point faktor dilakukan secara saling bebas (penilaian terhadap sebuah point faktor tidak boleh dipengaruhi atau mempengaruhi penilaian terhadap point faktor lainnya).

2. Melakukan pengurangan antara jumlah total faktor S dengan W dan faktor O dengan T. Perolehan angka selanjutnya menjadi nilai atau titik pada sumbu Y.
3. Mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y) pada kuadran SWOT.

2. Unsur-unsur Analisis SWOT

1. *Strengths* (kekuatan)

Adalah segala hal yang dibutuhkan pada kondisi yang sifatnya internal organisasi agar supaya kegiatan-kegiatan organisasi berjalan maksimal.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

Terdapatnya kekurangan pada kondisi internal organisasi, akibatnya kegiatan-kegiatan organisasi belum maksimal terlaksana.

3. *Opportunities* (peluang)

Faktor-faktor lingkungan luar yang positif, yang terdapat dan mampu mengarahkan kegiatan organisasi kearahnya.

4. *Threats* (ancaman)

Faktor-faktor lingkungan luar yang mampu menghambat pergerakan organisasi.³⁰

³⁰ Sofyan P. Siagian, *Manajemen Stratejik*, hlm. 173

BAB III

GAMBARAN UMUM BPRS SURIYAH

A. Sejarah Berdirinya

BPRS Suriyah berdiri pada tanggal 6 Januari 2005, dan mulai beroperasi pada tanggal 1 April 2005. Didirikan oleh tokoh pengusaha Cilacap yaitu Bapak Drs. H. Mulia Budy Artha dan Ibu Dra.Hj. Sitti Fatimah beserta keluarga yang berada di beberapa daerah luar. Pendirian ini di latar belakang karena banyaknya keinginan dari masyarakat untuk membuat lembaga keuangan yang operasionalnya berdasarkan prinsip syari'ah di Kabupaten Cilacap. Nama Suriyah sendiri berasal dari nama ibu kandung ibu Sitti Fatimah. Pada lambang BPRS Suriyah juga terdapat 13 garis, hal itu menunjukkan saudara kandung dari ibu Sitti Fatimah yaitu sebanyak 13 bersaudara.¹

Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah adalah bank syari'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan tidak menerima simpanan dalam bentuk giro, dalam melaksanakan kegiatan usahanya lebih dekat lapisan ekonomi mikro.

Latar belakang pendirian BPRS Suriyah kantor cabang Semarang didasari masih terbukanya pasar keuangan syariah di ibu kota provinsi Jawa Tengah, terutama pasar mikro, perdagangan, dan industri rumah tangga. Atas dasar faktor tersebut maka pada tanggal 16 Oktober 2010, diresmikan BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang melalui surat keputusan BI Purwokerto No. 12 / 56 / DPbS / PAdBS / Pwt pada tanggal 6 Oktober 2010. Ijin operasi / usaha PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Suriyah dari Gubernur Bank Indonesia No. 7 / 014 / KEP.GBI / 2005 tanggal 21 Maret 2005 dengan modal disetor sebesar 1 Milyar. Setelah beroperasi selama kurang dari 4 tahun, per Desember 2008 asset BPRS Suriyah telah mencapai Rp 15,37 Milyar dan per November 2010

¹ Wawancara dengan Egi karyawan bagian Costumer Service BPRS Suriyah cabang Semarang pada tanggal 27 Maret 2015

memiliki asset sebesar Rp 25 Milyar. Peningkatan asset ini dikarenakan pertumbuhan dana pihak ketiga (simpanan) cukup besar dan didukung jaringan kantor yang banyak.²

Selain kantor pusat, saat ini BPRS Suriyah memiliki 1 kantor cabang dan 3 kantor kas dan 1 kas layanan meliputi:

- a. Kantor Pusat BPRS Suriyah
Alamat: Jl. Pemintalan No. 55 Cilacap. Telp: (0282) 533558,
Fax: (0282) 536433
- b. Kantor Kas Pasar Kroya
Alamat: Pasar Kroya, kios depan Lt.2 Blok A1 No. 4 Kroya
Cilacap. Telp: (0282) 494955
- c. Kantor Kas Sidareja
Alamat: Jl. Jendral Sudirman No. 146 Sidareja Cilacap. Telp:
(0280) 523406
- d. Kantor Kas Majenang dibuka pada tanggal 7 Juni 2009
Alamat: Jl. Diponegoro No. 131 Majenang Cilacap. Telp: (0280)
623388
- e. Kas Layanan
Alamat: RSI Fatimah Jl. Ir Juanda No. 20 Cilacap. Telp: (0282)
547858
- f. Kantor Cabang dibuka pada tanggal 16 Oktober 2010
Alamat: Jl. Indraprasta No. 39 Pendrikan Lor Semarang. Telp:
(024) 3550404
- g. Kantor Kas Semarang Timur dibuka pada tanggal 8 Oktober
2012
Alamat: Jl. Supriyadi No. 218 B Semarang
- h. Kantor Cabang Kudus dibuka pada tanggal 22 Juli 2013
Alamat: Jl. Ahmad Yani ruko KAI Blok. A No. 1 Kudus.

² Company Profile BPRS Suriyah Cabang Semarang

Pengembangan usaha selalu dilakukan dengan cara membuka kantor cabang baru. Dalam waktu dekat ini BPRS Suriyah juga akan membuka kantor cabang di Slawi kabupaten Tegal. Hal ini dilakukan untuk mengenalkan keberadaan BPRS Suriyah kepada masyarakat sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat. Kantor cabang Semarang yang tergolong baru dapat dikatakan berkembang baik.

Atas dasar faktor tersebut maka pada tanggal 16 Oktober 2010, diresmikan BPRS Suriyah kantor Cabang Semarang melalui surat keputusan BI Purwokerto No. 12/56/DPbS/PAdBS/Pwt pada tanggal 6 Oktober 2010.³

B. Landasan Hukum Pendirian BPRS Suriyah

1. Pendirian BPRS Suriyah dilandasi oleh:

Akta pendirian BPRS Suriyah yang disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Kepala Kantor Wilayah Jawa Tengah Pada Tanggal 31 Januari 2005, dengan NPWP 02.158.005.0-552.00.

2. Telah didaftarkan dalam perusahaan sesuai No. 3 Tahun 1982 tentang wajib daftar perusahaan dengan No. TDP 11.08.1.65.00614 di kantor pendaftaran perusahaan Kabupaten Cilacap No. 176/RUP/-11.8/XII/2009.
3. Pendirian BPRS Suriyah dilandasi oleh surat keputusan BI Purwokerto No. 12/56/DPbS/PAdBS/pwt pada tanggal 6 Oktober 2010.⁴

C. Visi, Misi dan Motto BPRS Suriyah

Visi BPRS Suriyah

1. Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian.

³ Siti Maemonah, *Mekanisme Pembiayaan Dalam Akad Murabahah Sebagai Produk Unggulan Di PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang*, Tugas Akhir, Semarang: Uin Walisongo Semarang, 2010, hlm. 14, t.d

⁴ Akta Pendirian BPRS Suriyah

2. Mampu mendukung sector rill secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi rill dalam rangka keadilan, tolong-menolong dan menuju kebaikan dan kemaslahatan umat.
3. Sehat diukur dari ketentuan / peraturan Bank Indonesia.
4. Memperluas jaringan pelayanan.
5. Pembinaan sumber daya insani (SDI) yang professional dan berintegrasi.

Misi BPRS Suriyah

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

Motto BPRS Suriyah

“ Maju Bersama Dalam Usaha sesuai Syariah ”

D. Susunan Organisasi BPRS Suriyah

Susunan Dewan Komisaris, Dewan Pengawas Syariah dan Direktur BPRS Suriyah adalah sebagai berikut:

1. Dewan Komisaris:
 - a. Komisaris Utama : Dra. Hj. Siti Chasanah
 - b. Komisaris : H. Muchammad Taufiqullah
 2. Dewan Pengawas Syariah: Habib Mustafa
Rezza Arief Budi Artha
 3. Direktur Utama : Ahmad Mujahid, SE.MM
 4. Direktur : M. Maruto Adi S,SE
- Susunan Pengelola BPRS Suriyah Cabang Semarang
1. Kepala Cabang : Anang Jatmoko Setiaji, SE

- | | |
|----------------------|--|
| 2. Costumer Service | : Anggarita Werdiningsih, S.TP |
| 3. Teller | : Enggar Pemularsih, SE
Puspa Sari Kinansih, S.ST |
| 4. Back Office | : Sri Indah Dwi Priyatinationsih, SE |
| 5. Marketing Funding | : Muhammad Qoshtonali, S.Pd
Angke Winnetou, ST |
| 6. Marketing Lending | : Afianto Imam Santoso, A.md
Sentot Sapto Nugroho, S.Pt |
| 7. Admin Pembiayaan | : Asyiful Umam, S.Ei |
| 8. Office Boy | : Muhammad Wakhidun |
| 9. Security | : Nunung Effendi
Himawan Yulian
Syaeful Ashari |

Nama-nama Pemegang Saham pada BPRS Suriyah

- | | |
|----------------------------|----------|
| 1. Sitti Fatimah | : 39.00% |
| 2. Mulia Budy Artha | : 20.00% |
| 3. Aulia Hasnan Hariadi | : 5.00% |
| 4. Ilma Maria Fitriana | : 4.50% |
| 5. Okty Prahalantya | : 17.50% |
| 6. Ahmad Mujahid | : 1.50% |
| 7. Ammy Amalia Fatma Surya | : 12.50% |

E. Tugas dan Wewenang Pegawai BPRS Suriyah

Berikut adalah pembagian tugas dan wewenang masing-masing jabatan di BPRS Suriyah Cabang Semarang:⁵

1. Tugas dan wewenang dan tanggung jawab kepala cabang:
 - a. Mewakili direksi dan atas nama perseorangan mengikat perseoran dengan pihak lain dengan perseoran sebatas lingkup kerja kantor cabang Semarang.

⁵ Company Profile BPRS Suriyah Cabang Semarang

- b. Bertanggung jawab terhadap operasional kantor cabang dan yang berhubungan dengan pihak intern dan ekstern perusahaan.
 - c. Merumuskan dan mengusulkan kebijakan umum kantor cabang untuk mengusulkan kebijakan umum kantor cabang dan program tahunan yang disetujui oleh direksi serta disahkan oleh dewan komisaris, agar tercapai tujuan serta kontinuitas operasional perusahaan.
 - d. Menyusun dan mengusulkan rencana anggaran cabang dan rencana kerja tahunan yang disetujui oleh direksi.
 - e. Mengajukan neraca dan laporan laba / rugi tahunan serta laporan-laporan berkala lainnya kepada direksi untuk mengetahui perkembangan kantor cabang.
 - f. Memberi persetujuan atas penggunaan formulir-formulir dan dokumen-dokumen lainnya dalam transaksi kantor cabang.
 - g. Menyetujui dan memutuskan pembiayaan yang diberikan sebatas maksimum dan selebihnya atas persetujuan direksi dan komisaris.
 - h. Menyetujui pengeluaran biaya rutin maksimum dan selebihnya atas persetujuan direksi.
 - i. Pembelian inventaris dan perlengkapan kantor cabang atas persetujuan direksi.
 - j. Mengamankan harta kekayaan perseroan agar terlindungi dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan, dan kerusakan.
2. Tugas wewenang dan tanggung jawab customer service:
- a. Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk.
 - b. Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan rekening tabungan dan deposito.
 - c. Membantu nasabah dalam menutup rekening tabungan dan deposito.
 - d. Membantu nasabah dalam pencairan deposito.

- e. Memberikan informasi saldo simpanan nasabah.
 - f. Menerima berkas pengajuan pembiayaan dari calon debitur.
 - g. Menyediakan materai untuk akad pembiayaan maupun bilyet deposito, dan bertanggung jawab atas pengelolaannya.
 - h. Membantu surat keluar dan memo internal.
 - i. Bertanggung jawab atas penomoran surat keluar, surat masuk, dan memo internal serta bertanggung jawab atas pengelolaannya.
 - j. Menyimpan berkas tabungan dan deposito.
 - k. Memberikan pelayanan informasi perbankan lainnya kepada nasabah, terutama dalam menangani permasalahan transaksi nasabah.
3. Tugas wewenang dan tanggung jawab teller:
- a. Menerima setoran dari nasabah baik tunai maupun non tunai, kemudian memposting di sistem komputer bank.
 - b. Mengatur dan bertanggung jawab atas dana kas yang tersedia.
 - c. Memberikan pelayanan transaksi kepada nasabah yang bertransaksi tunai di kantor bank dan melakukan posting di sistem komputer bank.
 - d. Bertanggung jawab atas kecocokan pencatatan transaksi dengan dana kas yang terjadi secara harian.
4. Tugas wewenang dan tanggung jawab back office:
- a. Bertanggung jawab terhadap pembukan non kas serta pembukuan akuntansi akhir hari, akhir bulan, akhir tahun, dan laporan keuangan.
 - b. Membuat tiket dan membukukan transaksi non kas, pemindah bukuan, penyusutan, dan lain-lain.
 - c. Melakukan tugas-tugas dan membukukan transaksi yang tidak dilakukan oleh bagian operasional lainnya (missal transaksi kewajiban segera, aktiva dan pasiva).

5. Tugas wewenang dan tanggung jawab account office:

Funding:

- a. Menghimpun dana baik dalam bentuk tabungan maupun deposito .
- b. Mencari atau menghubungi nasabah potensial.
- c. Memberikan informasi seperti brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada nasabah.

Lending:

- a. Bertanggung jawab dalam upaya menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang dinilai produktif.
- b. Mencari nasabah potensial yang layak diberikan fasilitas pembiayaan.
- c. Melakukan analisa untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari calon nasabah.
- d. Bertanggung jawab atas kelancaran pengambilan dana yang telah disalurkan.
- e. Melakukan penagihan, pengawasan, dan pembinaan terhadap nasabah yang telah memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank.

6. Tugas wewenang dan tanggung jawab administrasi pembiayaan:

- a. Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada peminjam.
- b. Menyusun rencana pembiayaan.
- c. Menerima pengajuan berkas pembiayaan.
- d. Melakukan analisis pembiayaan.
- e. Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan.

7. Tugas wewenang dan tanggung jawab security:

- a. Bertanggung jawab menjaga dan mengendalikan keamanan lingkungan kantor dari segala bentuk kejahatan, ancaman keamanan, atau yang membuat keonaran kantor.
 - b. Bertanggung jawab menjaga dan memelihara semua asset yang ada di lingkungan kantor dari ancaman kejahatan.
 - c. Bertanggung jawab melindungi karyawan, nasabah, dan tamu dari ancaman gangguan kemanan atau kejahatan.
 - d. Membantu karyawan melayani nasabah disaat jam kerja kantor.
 - e. Memelihara dan menjaga kebersihan serta ketertiban lingkungan.
 - f. Mengatur parkir kendaraan dan mempersilahkan nasabah yang datang.
 - g. Membantu mengontrol dan mematikan semua peralatan kantor.
 - h. Bertanggung jawab mengunci semua pintu saat jam kantor selesai dan membukakan kembali saat jam kerja akan dimulai.
8. Tugas wewenang dan tanggung jawba office boys:
- a. Bertanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan dan merawat alat-alat dan gedung kantor.
 - b. Melayani perintah yang menjadi kebutuhan kantor atau karyawan.
 - c. Menyediakan minum untuk tamu dan semua karyawan kantor.
 - d. Membantu mengoprasikan mesin foto copy jika dibutuhkan.⁶

F. Sistem dan Produk-produk yang Dikeluarkan BPRS Suriyah

Sistem yang digunakan oleh BPRS Suriyah baik dari segi produk *lending* (pembiayaan) maupun *funding* (simpanan) adalah dengan sistem syariah (bagi hasil). Produk-produk BPRS Suriyah terbagi atas produk penghimpunan dana dan produk penyaluran dana.

1. Produk penghimpun dana (*funding*)

Ada beberapa macam produk penghimpunan dana pada BPRS Suriyah kantor cabang Semarang, antara lain:⁷

⁶ Company Profile BPRS Suriyah Cabang Semarang

a. *Tabungan Wadiah*

Wadiah adalah simpanan pihak ketiga pada bank baik perorangan atau badan hukum, yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan media slip penarikan, wadiah sendiri ada dua macam yaitu *wadiah al-amanah* dan *wadiah yad-dhamanah*. Dalam implementasi tabungan *wadiah* di BPRS Suriyah Cabang Semarang yaitu produk tabungan *Ib Tasya Suriyah* dan produk tabungan *Ib Tasya Pelajar dan Santri*.

Tabungan Ib Tasya Suriyah adalah tabungan dengan akad titipan *wadiah yad dhamanah* untuk menghimpun dan memanfaatkan dana dari masyarakat yang dapat diambil setiap saat. Pemakai jasa yang berpotensi adalah perorangan. Jumlah setoran awal minimal Rp. 20.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp.10.000,- dengan biaya administrasi sebesar Rp.500,- perbulan yang dipotong langsung dari rekening nasabah setiap tanggal 15 setiap bulannya. Biaya penutupan sebesar Rp.5.000,- yang ditanggung oleh nasabah.

Tabungan Ib Tasya Pelajar dan Santri adalah tabungan khusus yang ditawarkan kepada pelajar dan santri sehingga diharapkan mereka dapat secara cermat mengatur keuangannya sejak dini dengan setoran awal Rp. 10.000,- dan setoran berikutnya sebesar Rp.5.000,-. Saldo mengendap sebesar Rp. 10.000,-. Dikenakan pajak penghasilan atas bonus yang mencapai saldo setara atau diatas Rp. 7.500.000,-. Bonus diberikan bila rata-rata saldo diatas minimal Rp. 20.000,- dan diberikan langsung ke rekening nasabah setiap tanggal tutup bulan. Biaya administrasi rekening Rp.500,- perbulan yang dipotong langsung dari rekening nasabah setiap tanggal 15 setiap bulannya. Biaya penutupan sebesar Rp. 5.000,- ditanggung oleh nasabah.

⁷ Brosur Produk BPRS Suriyah Cabang Semarang

b. Tabungan *Mudharabah*

Tabungan *mudharabah* adalah tabungan yang dikelola dengan akad *mudharabah mutlaqah* (investasi tidak terikat) yaitu akad kerja sama antara pemilik dana (*shahibul mal*) dengan pengelola (*mudharib*) untuk mencari keuntungan atau hasil usaha dengan pembagian hasil usaha sesuai porsi (*nisbah*) yang disepakati pada saat awal akad. Implementasi tabungan *mudharabah* di BPRS Suriyah cabang Semarang yaitu Tabungan Ib Tasya Haji Baitullah, Tabungan Ib Tasya Qurban, Tabungan Ib Masa Depan Suriyah (Tamansari).

Tabungan Ib Tasya Haji Baitulloh adalah tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT dengan setoran awal Rp.100.000,- dan setoran berikutnya Rp.50.000,-.

Tabungan Ib Tasya Qurban adalah tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai ketetapan hati untuk berbagi dengan sesamanya melalui ibadah qurban. Setoran awal sebesar Rp.25.000,- dan setoran berikutnya Rp.10.000,-

Tabungan Ib Tasya Tamansari adalah merupakan tabungan investasi dengan akad *mudharabah mutlaqah* dengan jumlah setoran telah ditentukan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan) dan penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan waktu sesuai kesepakatan dan tabungan dapat diambil setelah kepesertaan selama 3 tahun. Tabungan ini diperuntukkan untuk umat Islam yang mempunyai keinginan untuk merencanakan keuangan masa depan yaitu:

- a. Persiapan biaya pendidikan anak
- b. Persiapan biaya haji dan umroh
- c. Persiapan biaya walimah
- d. Investasi janiman hari tua
- e. Investasi masa depan lainnya yang menguntungkan

c. Deposito Ib Desya *Mudharabah*

Deposito *mudharabah* adalah jenis simpanan berjangka dengan prinsip *mudharabah mutlaqah* memberikan bagi hasil yang kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dan dapat diperpanjang otomatis dengan sistem ARO dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan. Jumlah nominal perorangan minimal Rp. 500.000,- dan untuk perusahaan atau organisasi minimal Rp. 1.000.000,-.

Dari beberapa produk penghimpunan dana, produk yang paling diminati oleh nasabah adalah produk deposito, karena bagi hasil yang diberikan BPRS sangat kompetitif.

Berikut adalah jangka waktu dan porsi bagi hasil antara bank dengan nasabah:

1. Jangka waktu 1 bulan	(Nasabah : Bank)	45 : 55
2. Jangka waktu 3 bulan	(Nasabah : Bank)	50 : 50
3. Jangka waktu 6 bulan	(Nasabah : Bank)	55 : 45
4. Jangka waktu 12 bulan	(Nasabah : Bank)	57,5: 42

2. Produk Pembiayaan (*Lending*)

Penyaluran dana diberikan kepada masyarakat selama tidak bertentangan dengan syari'at islam untuk keperluan modal kerja, investasi, atau konsumtif. Produk pembiayaan adalah jasa layanan utama BPRS Suriyah dalam aktivitas pembiayaan sesuai dengan sistem pembiayaan dan tujuan penggunaannya. Adapun beberapa produk pembiayaan di BPRS Suriyah antara lain:

a. Pembiayaan menggunakan sistem bagi hasil:

1. Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan untuk modal usaha dengan modal 100% dana dari bank, sedangkan nasabah bertanggung jawab melaksanakan kegiatan usaha dan manajemen, bank mempunyai hak untuk melakukan pengawasan atas usaha yang dilaksanakan, keuntungan ditetapkan berdasarkan nisbah sesuai dengan kesepakatan bersama.

2. Pembiayaan *Musyarakah*

Pembiayaan untuk modal usaha dengan modal sebagian dari bank, sedangkan nasabah bertanggung jawab melaksanakan kegiatan usaha. Untuk keuntungan bagi hasil atas usaha yang dilaksanakan ditetapkan berdasarkan porsi masing-masing dengan nisbah sesuai kesepakatan. Jangka waktu pembiayaan:

Modal Kerja : Max 4 tahun (48 bulan)

Investasi : Max 5 tahun (60 bulan)

b. Pembiayaan menggunakan sistem jual beli:

1. Pembiayaan *Murabahah*

Piutang untuk modal kerja investasi maupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang sesuai dengan harga pokok yang dibeli dari supplier atau pemasok ditambah dengan margin yang disepakati. Dalam piutang murabahah bank memberikan kuasa, untuk ini bank diperbolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan. Uang muka tersebut dianggap sebagai pembayaran nasabah setelah jual beli antara bank dan nasabah terjadi (akad *murabahah*), sehingga hutang nasabah dikurangi pembayaran uang muka nasabah kepada bank (perhitungan margin dari jumlah rill dana yang dikeluarkan bank).

Tujuan jual beli murabahah adalah sebagai berikut:

- a. Barang konsumsi seperti rumah, kendaraan, alat rumah tangga
- b. Pengadaan barang dagangan
- c. Bahan bantu produksi
- d. Barang modal seperti pabrik mesin dan sejenisnya
- e. Barang lainnya yang tidak bertentangan dengan syariat islam dan disetujui bank

2. Pembiayaan *Istishna*

Piutang untuk investasi maupun konsumsi dimana pihak bank menjual barang berdasarkan pesanan nasabah sesuai dengan harga yang telah disepakati. Dari transaksi ini bank mendapatkan keuntungan. Jangka waktu pembiayaan:

Modal Kerja : Max 4 tahun (48 bulan)

Investasi : Max 5 tahun (60 bulan)

Konsumtif : Max 5 tahun (60 bulan)

c. Pembiayaan menggunakan sistem sewa:

1. Pembiayaan *Ijarah*

Pembiayaan untuk sewa dimana pihak bank menyediakan barang untuk yang disewa dan menyewakan kepada nasabah, dan bank mengambil jasa sewa dari barang atau objek yang disewakan. Jangka waktu pembiayaan:

Modal Kerja : Max 4 tahun (48 bulan)

Investasi : Max 5 tahun (60 bulan)

Konsumtif : Max 5 tahun (60 bulan)

2. Pembiayaan *Multijasa*

Prinsip pembiayaan dengan berdasarkan atas manfaat yang diperoleh dengan pembayaran sewa secara berkala. Seperti untuk pembiayaan rumah sakit, sekolah atau pendidikan, tenaga kerja, dan pariwisata dimana pihak menyediakan barang atau objek yang disewa atau menyewakan kepada nasabah. Dan bank mengambil keuntungan jasa sewa dari barang atau objek yang disewakan.

d. Pembiayaan menggunakan sistem pinjaman:

1. Pembiayaan *Qardh*

Merupakan pelengkap yang diberikan bank kepada nasabah dan karyawan yang sudah terbukti loyal kepada bank, apabila dari karyawan atau nasabah membutuhkan dana talangan segera. Nasabah tersebut harus mengembalikan secepatnya oleh

Karena itu produk ini berjangka waktu pendek. Sumber dana diambil dari dana komersial bank atau modal bank.⁸

Produk diatas baik dari penghimpunan dan penyaluran dana memiliki keunggulan masing-masing. Dikatakan sebagai produk unggulan dikarenakan akan banyaknya minat para nasabah atau deposan untuk berinvestasi atau melakukan pembiayaan. Produk unggulan dari penghimpunan dana adalah deposito *mudharabah*, karena produk ini memiliki bagi hasil yang tinggi dibandingkan dengan produk tabungan, serta semakin lama waktu jatuh tempo deposito akan semakin besar nisbah bagi hasil yang akan diberikan. Sedangkan untuk produk unggulan dari penyaluran dana adalah pembiayaan *murabahah*, karena dari perhitungan bagi hasil dari akad *murabahah* sederhana sehingga mudah dipahami oleh nasabah.⁹

G. Permasalahan yang Dihadapi BPRS Suriyah

Dalam kegiatan operasionalnya BPRS Suriyah juga menghadapi berbagai persoalan. Diantaranya adalah persepsi dari masyarakat awam mengenai bank syariah terutama produk *murabahah* yang disamakan dengan produk pinjaman di bank konvensional. Mereka cenderung menganggap bank syariah lebih mahal dan akadnya rumit dibanding dengan bank konvensional. Nasabah juga tidak mau tahu letak syariahnya suatu produk, tetapi mereka hanya mencari sisi keuntungan saja.

BPRS Suriyah pun kesulitan menerapkan sistem syariah yang murni karena belum adanya nasabah yang emosional terhadap bank syariah sehingga mau tidak mau pihak bank menjelaskan margin *murabahah* dengan perkiraan persentase tertentu agar nasabah mudah memahaminya. Jika pada bank konvensional terdapat potongan atas pelunasan dipercepat, berbeda dengan bank syariah yang tidak memberikan potongan karena antara harga pokok barang dan margin

⁸ Brosur Produk BPRS Suriyah Cabang Semarang

⁹ Brosur BPRS Suriyah Cabang Semarang

menjadi satu kesatuan pada harga jual bank. Hal yang demikian membuat nasabah memandang bahwa bank syariah lebih mahal dibanding bank konvensional. Namun, jika nasabah dalam transaksi *murabahah* melakukan pelunasan pembayaran tepat waktu atau lebih cepat dari waktu yang disepakati, pihak bank syariah boleh memberikan potongan dari kewajiban pembayaran tersebut dengan syarat tidak diperjanjikan dalam akad dan besarnya potongan ditentukan oleh kebijakan dan pertimbangan bank syariah.¹⁰

H. Strategi Pengembangan Produk Pada BPRS Suriyah

Tahap-tahap yang digunakan BPRS Suriyah dalam mengembangkan produknya adalah sebagai berikut:

a. Menentukan target pasar

Dalam mengembangkan sebuah produk hal yang paling penting dan sangat mendasar dimulai dari penentuan target pasar. Dimana praktek penghantaran produk deposito dan pemasaran khusus untuk memenuhi selera individu dan lokasi para nasabah. Segmentasi pasar yang digunakan oleh BPRS Suriyah Cabang Semarang adalah menggunakan pendekatan pemasaran tanpa perbedaan baik pemasaran kepada UMKM ataupun Perusahaan.

Sasaran yang dilakukan oleh marketing *funding* dalam menawarkan produk deposito desya ini adalah pedagang, ibu rumah tangga, pegawai negeri / swasta dan masyarakat pada umumnya.¹¹

b. Memantau perkembangan pesaing

Memantau perkembangan pesaing sangat diperlukan dalam pengembangan produk deposito ib desya *mudharabah*. Memantau inovasi baru yang diberikan pesaing untuk nasabah, agar pihak

¹⁰ Wawancara dengan Sentot Sapto Nugroho, karyawan bagian Marketing *Lending* BPRS Suriyah Cabang Semarang pada tanggal 23 April 2015

¹¹ Wawancara dengan Angke Winnetou, karyawan bagian Marketing *Funding*(Ao) BPRS Suriyah Cabang Semarang pada tanggal 01 April 2015

BPRS Suriyah dapat mengambil keputusan dengan cepat atas strategi yang akan digunakan di waktu yang akan datang, dengan demikian produk deposito desya pada BPRS Suriyah tetap bertahan.

c. Melakukan promosi

Meskipun produk deposito bukanlah produk baru dan telah berkembang diberbagai lembaga keuangan, akan tetapi promosi harus dilakukan untuk menarik minat nasabah baru agar mendepositkan uangnya pada BPRS Suriyah Cabang Semarang.¹² Tujuan dari kegiatan promosi ini adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang keunggulan, tentang atribut-atribut yang dimiliki, dan bagaimana cara memperolehnya.¹³

¹² Wawancara dengan Muhammad Qostholani, karyawan bagian Marketing *Funding*(Ao) BPRS Suriyah Cabang Semarang pada tanggal 01 April 2015

¹³ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, hlm. 134

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pengembangan Produk Deposito Ib Desya *Mudharabah* Pada BPRS Suriyah Cabang Semarang

1. Strategi Pengembangan Produk Deposito Ib Desya *Mudharabah*

Setiap perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya selalu menyusun rencana kegiatan yang akan dilakukannya dalam rangka pencapaian tujuan usaha yang diharapkan. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu untuk mencapai semua tujuan. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah kedepan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value yang baik.¹

Penetapan strategi pengembangan produk deposito ib desya *mudharabah* pada BPRS Suriyah Cabang Semarang menggunakan pendekatan strategi proaktif, yaitu lebih menekankan dan memfokuskan pada tahap pemasarannya.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh kepala cabang BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang bapak Anang Jatmoko Setiaji, SE bahwa, beberapa tahapan pengembangan produk deposito desya adalah menentukan atau menetapkan target pasar, memantau perkembangan pesaing dan melakukan promosi, semua itu diharapkan supaya produk deposito desya ini akan tetap unggul, dikenal dan dimanfaatkan secara baik oleh masyarakat.²

¹ M. Suyanto, *Marketing Strategy*, hlm. 111

² Wawancara dengan Anang Jatmoko Setiaji, Kepala Cabang BPRS Suriyah Cabang Semarang pada tanggal 23 April 2015

Dengan strategi pengembangan yang dipilih, diharapkan BPRS Suriyah dapat memenuhi keinginan nasabah dan dapat bersaing secara sehat dengan lembaga keuangan lain, serta dapat mencapai target setiap bulannya.

Adapun strategi produk deposito ib desya *mudharabah* agar dapat menarik minat nasabah adalah:

- a. Melakukan strategi jemput bola untuk membuka rekening dan menghimpun dana deposito desya yang selama ini bukan disebut sebagai pangsa pasar.
- b. Meningkatkan upaya pengiklanan produk deposito desya baik pada perorangan maupun pengusaha yang sekiranya mempunyai dana mengendap dan tidak terpakai dalam jangka waktu tertentu.
- c. Memperluas jaringan.
- d. Mempertahankan nasabah lama dengan memberikan pelayanan terbaik.³

Berikut adalah Tabel bonus dan bagi hasil pada produk Deposito Ib Desya *Mudharabah* di BPRS Suriyah dan data jumlah nasabah di BPRS Suriyah cabang Semarang yang menginvestasikan dananya dalam bentuk deposito:

³ Wawancara dengan Muhammad Qostholani, karyawan bagian Marketing *Funding*(Ao) BPRS Suriyah Cabang Semarang pada tanggal 01 April 2015

BONUS DAN BAGI HASIL PRODUK DEPOSITO
DEPOSITO PERORANGAN
(Periode Maret 2015)

Jangka Waktu	Nisbah		Indikasi Rate (%) Per tahun
	Nasabah	Bank	
1 Bulan	45	55	7.18
3 Bulan	50	50	7.97
6 Bulan	55	45	8.77
12 Bulan	57.5	42.5	9.17

JUMLAH NASABAH DEPOSITO IB MUDHARABAH DI
BPRS SURIAH
(Periode 2012, 2013 dan 2014)

Bulan	Tahun		
	2012	2013	2014
Januari	100	127	218
Februari	101	134	224
Maret	102	152	252
April	93	173	237
Mei	90	174	233
Juni	91	174	237
Juli	106	178	229
Agustus	111	178	234
September	123	181	233
Oktober	132	203	229
November	129	203	233
Desember	137	212	233
Rata rata	109.58	174.08	231.83

Sumber : Arsip data nasabah deposito BPRS Suriyah

Pada tabel diatas Jumlah nasabah yang menandatangani dananya di BPRS Suriyah setiap bulan mengalami kenaikan dan penurunan, tetapi kenaikan dan penurunan di tiap bulan tidak terlalu signifikan. Jika di perhatikan dari rata rata jumlah nasabah deposito di BPRS Suriyah setiap tahunnya meningkat. Dan dapat dibuktikan bahwa dari produk penghimpun dana (*funding*) yang besar pengaruhnya dalam penyaluran dana (*lending*) kepada nasabah berupa pembiayaan adalah Deposito iB Desya *Mudharabah* atau simpanan berjangka. Menurut informasi yang penulis peroleh dari narasumber yaitu customer service BPRS Suriyah Cabang Semarang, kebanyakan dari nasabah lebih memilih menandatangani dananya di jangka waktu 12 bulan.

B. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Terhadap Strategi Pengembangan Produk Deposito Ib Desya Pada BPRS Suriyah

Dari beberapa pembahasan yang telah dijabarkan diatas, penulis mencoba menganalisisnya dengan cara menggunakan analisis swot. Yaitu suatu metode penelaah tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

a) Kekuatan (*Strengths*)

1. Menawarkan bagi hasil yang cukup tinggi dibandingkan lembaga keuangan lain, mencapai 20-30%
2. Adanya sistem jemput bola sehingga memudahkan nasabah yang tidak mempunyai banyak waktu.

b) Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Tidak menawarkan hadiah untuk pihak yang baru membuka rekening deposito desya.
2. Promosi yang dilakukan kurang menarik, karena hanya menggunakan brosur, website BPRS Suriyah dan penjelasan singkat dalam mempromosikan produk deposito desya.

c) Peluang (*Opportunity*)

1. Banyak nasabah yang ingin menginvestasikan dananya melalui produk deposito desya.
2. Banyak nasabah lama yang sering kembali menginvestasikan dananya dalam jumlah yang cukup besar karena kepuasan atas bagi hasil yang tinggi.

d) Ancaman (*threatment*)

1. Banyak pesaing yang mengeluarkan produk yang lebih inovatif, serta memberikan hadiah kecil untuk nasabah yang baru membuka rekening, untuk menarik minat pangsa pasar.
2. Banyak pesaing yang mempromosikan produknya melalui berbagai media elektronik dan menggunakan baleho-baleho dengan menunjukkan keunggulan produknya yang lebih menarik sehingga dapat menarik minat nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka strategi pengembangan produk deposito ib desya *mudharabah* pada BPRS Suriyah cabang Semarang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Deposito Desya merupakan produk investasi yang menguntungkan di BPRS Suriyah, produk ini banyak diminati oleh masyarakat yang mempunyai uang mengendap. Selain karena adanya strategi jempot bola yang dapat memudahkan nasabah, deposito yang ada pada BPRS Suriyah juga memiliki bagi hasil yang cukup tinggi dan telah dijamin oleh LPS hingga 2M. Dalam mengembangkan produknya, BPRS Suriyah menggunakan pendekatan strategi proaktif dimana salah satunya adalah lebih menekankan dan memfokuskannya pada pemasaran agar masyarakat tau betul bagaimana keuntungan yang didapatkan dari produk deposito desya tersebut. BPRS Suriyah memiliki beberapa tahap dalam mengembangkan produknya, diantaranya adalah menentukan target pasar, memantau perkembangan pesaing, dan melakukan promosi. Selain strategi pengembangan produk dari segi pemasarannya, BPRS Suriyah juga melakukan strategi produk agar dapat menarik minat nasabah, strategi yang digunakan adalah strategi jempot bola, meningkatkan upaya pengiklanan, memperluas jaringan, dan mempertahankan nasabah lama dengan memberikan pelayanan yang terbaik.
2. Kekuatan dari produk deposito ib desya *mudharabah* yaitu memiliki bagi hasil yang tinggi dibandingkan dengan lembaga keuangan lain dan menggunakan strategi jempot bola. Sedangkan kelemahannya adalah strategi pemasaran atau promosinya kurang menarik hanya menggunakan brosur saja. Untuk peluang dari BPRS Suriyah yaitu banyak nasabah lama yang loyal dan nyaman dengan pelayanan serta

bagi hasil yang diberikan BPRS Suriyah. Dan ancamannya adalah banyak pesaing yang memberikan hadiah kecil dan menggunakan promosi yang lebih menarik.

B. Saran

1. Memberikan inovasi serta hadiah kecil bagi nasabah pertama yang baru menginvestasikan uangnya pada BPRS Suriyah agar dapat lebih mudah menarik minat masyarakat.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah sehingga membuat nasabah merasa nyaman dan akhirnya akan loyal terhadap BPRS Suriyah
3. Memberikan apresiasi terhadap nasabah lama yang loyal dan menginvestasikan dananya dalam jumlah yang cukup tinggi.

C. Penutup

Alhamdulillah, dengan memanjatkan segala puji dan syukur yang sebesar-besarnya kehadiran Allah SWT yang telah member nikmat atas limpahan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis sadar betul bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan. Maka dari itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun.

Semoga tugas akhir ini bermanfaat untuk para pembacanya dan menjadikan inspirasi bagi pembacanya dalam melakukan penelitian berikutnya. Penulis juga meminta maaf yang seber-besarnya atas ketidaksempurnaan penulisan tugas akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman, Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Press, 2011.
- Akta Pendirian BPRS Suriyah.
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Assauri, Sofian, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Bloom, Paul N dan Louise N. boone, *Strategi Pemasaran Produk: 18 Langkah Membangun Jaring Pemasaran Produk Yang Kokoh*, Jakarta: Prestasi Pustakaraya, 2009.
- Brosur BPRS Suriyah
- Company Profile BPRS Suriyah Cabang Semarang
- Danupranata, Gita, *Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Hikmah: Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: Diponegoro, 2006.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Ma'arif, Trisna Samsul dan Yandra Akerman, *Strategi Pengembangan Produk Susu Kedelai Dengan Penentuan Karakteristik Produk*, Dalam Jurnal Karya Ilmiah IPB, Diunduh Pada Tanggal 13 April 2015.
- Maemonah, Siti, *Mekanisme Pembiayaan Dalam Akad Murabahah Sebagai Produk Unggulan Di PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang*, Tugas Akhir, Semarang: Uin Walisongo Semarang, 2010.

- Moloeng, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Roda Karya, 2009.
- Mubarok, Jaih Dr, *Perkembangan Fatwa Ekonomi Syari'ah Di Indonesia*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Nazir, Muhammad, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Noor, Juliansyah, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Karya Ilmiah*, Jakarta: Tifa Publishing House, 2011.
- Sholikhin, Ahmad Ifham, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Siagian, Sofyan P, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- Sudarsono, Heri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonosia, 2003.
- Sumarni, Murti, *Managemen Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Liberti, 2005.
- Suwiknyo, Dwi, *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Suyanto, M, *Marketing Strategy*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007
- Thamrin, Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Ulhaq, Muhammad Dhiya, *Mekanisme Deposito Mudharabah Abadi Pada BPRS Ben Salamah Abadi Purwodadi*, Tugas Akhir, Semarang: Uin Walisongo Semarang, 2013.
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah.

Wahjono, Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha ilmu, 2010.

Wawancara dengan Anang Jatmoko Setiaji, Kepala Cabang BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Wawancara dengan Angke Winnetou karyawan bagian Marketing Funding(Ao) BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Wawancara dengan Egi karyawan bagian Costumer Service BPRS Suriyah cabang Semarang.

Wawancara dengan Muhammad Qostholani karyawan bagian Marketing Funding(Ao) BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Wawancara dengan Sentot Sapto Nugroho, karyawan bagian Marketing *Lending* BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Widodo, Imam Djati, *Perencanaan dan Pengembangan Produk*, Yogakarta: UII Press, 2009.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fifi Riyanda
Umur : 20 Tahun
Tempat, Tanggal, Lahir : Jakarta, 22 Februari 1995
Bangsa : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Kp. Serang Kota RT 11/06 Kelurahan
Sukadami, Kecamatan Cikarang Selatan – Bekasi

Menerangkan sesungguhnya:

PENDIDIKAN

1. Tamatan SDN SUKARESMI 06 CIKARANG SELATAN tahun 2006
2. Tamatan SMPN 1 CIKARANG SELATAN tahun 2009
3. Tamatan SMAN 1 CIKARANG SELATAN tahun 2012

PENGALAMAN KERJA

1. Magang di PT. BPRS SURIYAH KANTOR CABANG SEMARANG
2. Magang di BMT HARAPAN UMMAT KUDUS

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 12 Juni 2015

Yang bertanda tangan

FIFI RIYANDA