

**STRATEGI PEMASARAN FUNDING DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH NASABAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS
CIMANGGU CILACAP**



IAIN PURWOKERTO

LAPORAN TUGAS AKHIR

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto
untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya

Oleh :

HANA PUTRI RAHMAWATI

1617203023

IAIN PURWOKERTO

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Putri Rahmawati
NIM : 1617203023
Jenjang : Diploma III/D-III
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Manajemen Perbankan Syariah
Judul TA : **Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap**

Menyatakan bahwa naskah tugas akhir ini serta keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 16 Juli 2021
Yang menyatakan



Hana Putri Rahmawati

NIM : 1617203023



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, 628250, Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

STRATEGI PEMASARAN *FUNDING* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU CILACAP

Yang disusun oleh Saudari **Hana Putri Rahmawati NIM 1617203023** Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah** Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **23 Juli 2021** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimn, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Ma'sumah, S.E., M.Si.
NIDN. 2010038303

Pembimbing/Penguji

In Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 10 Agustus 2021

Dekan
Mengesahkan

Dr. H. Usman Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19500921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari Hana Putri Rahmawati, NIM 1617203023 yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN FUNDING DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU CILACAP.

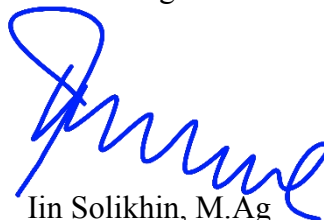
Saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut di atas dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 16 Juli 2021

Pembimbing



Iin Solikhin, M.Ag

NIP : 197208052001121002

MOTTO

“KEBAHAGIAAN HANYA MILIK MEREKA YANG MAMPU
MEWUJUDKAN MIMPINYA”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang atas limpahan segala nikmat dan kemudahan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini sehingga dapat tersusun dengan baik. Tugas Akhir ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua Bapak Imam Suroyo dan Mamah Tri Rahayu yang selalu mendoakan tanpa lelah, memberi semangat dan motivasi tiada henti.
2. Bapak Iin Solihin, M.Ag dosen pembimbing yang telah sabar membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Keluarga besar Pondok Pesantren Darul Falah, Purwokerto
4. Adik tercinta Adam Zulfa Maulana yang selalu menjadi penghibur dan teman berantem, dan kaka sepupu tersayang, Mas Aria Unggul Kusuma, Mba Dian Sylvia, Mba Apri Setya Rini, terimakasih atas kasih sayang dan suportnya selama ini, maaf selalu di repotkan dengan berbagai keluh kesah.
5. Ma'sum Bisri Mustofa, terimakasih sudah menjadi sahabat sekaligus kaka selama di perantauan.
6. Himpunan Mahasiswa Cilacap, keluarga kedua di perantauan.
7. Keluarga TBSquad Babang,Irham,Asnan,Aqil,Anwar,Indri,Afifah,Mauli
8. Asri Oktarina Larasati sahabat terbaik yang kebaikannya tidak bisa di ungkapkan dengan kata-kata, sehat selalu jombiku.
9. Nuril Ihsan, M. Nu'man, Dedes, Arima Hanin pejuang episode terahir ,terimakasih atas suport dan bantuannya dan tidak lupa keluarga besar MPS A 2016 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu
10. Teman-teman dan keluarga yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih doa dan dukungannya , terkhusus orang-orang yang selalu bertanya “Kapan Lulus” dan selalu membandingkan dengan kesuksesan orang lain , semoga kalian selau di beri kesehatan dan kebahagiaan. Terimakasih cibiran kalian menjadi penyemangatku.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *abil'amin*, puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini yang berjudul **“Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.”** Shalawat serta salam semoga tetap tercurah pada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW serta keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau yang telah membawa petunjuk kebenaran kepada seluruh umat manusia, yaitu dengan adanya Agama Islam.

Laporan tugas akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya untuk program DIII Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Untuk melangkah sampai disini, penulis tidaklah berjalan sendiri, melainkan dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang sangat berjasa dalam penyelesaian laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. K.H. Roqib, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr, H. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa S, S.P, M.Si., Ketua Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

7. H. Sochim, Lc. M.Si., Ketua Program DIII Manajemen Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
8. In Solikhin, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini
9. Segenap Dosen dan Karyawan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
10. Segenap staff dan karyawan seluruh BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.
11. Ibunda tercinta Tri Rahayu dan Ayahanda Imam Suroyo, adik saya Adam Zulfa Maulana, yang telah banyak memberikan kasih sayang, dan memberikan dorongan berupa materi dan doa yang tiada hentinya, sehingga penulis dapat terus berjuang dalam mencari ilmu hingga saat ini.
12. Sahabat dan teman-teman yang telah memberikan banyak semangat, dukungan, saran yang membangun.

Semoga Allah SWT melimpahkan karunia dan nikmat-Nya pada kita semua. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritikan membangun dari semua pihak sehingga tugas akhir ini dapat lebih baik. Akhirnya penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis sendiri khususnya.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 13 Juli 2021



Hana Putri Rahmawati

NIM : 1617203023

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I.Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba ^ˁ	B	Be
ت	ta ^ˁ	T	Te
ث	Ša	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	H{	ha (dengan titik dibawah)
خ	kha ^ˁ	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Z	zet (dengan titik diatas)
ر	ra ^ˁ	R	Ee
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	S{	es (dengan titik dibawah)
ض	d'ad	d{	de (dengan titik dibawah)
ط	ṭa ^ˁ	T{	te (dengan titik dibawah)
ظ	z\`a ^ˁ	Z{	zet (dengan titik dibawah)
ع	„ain	„	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa ^ˁ	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi




ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	„el
م	Mim	M	„em
ن	Nun	N	„en
و	Waw	W	We
ه	ha ^h	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	Fathah	A
	<i>Kasrah</i>	Kasrah	I
	<i>Dammah</i>	dammah	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis

<i>Fathah dan ya</i>	Ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>Fathah dan Wawu</i>	Au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

3. Vokal Panjang

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Fathah + alif ditulis ā	Contoh جاهلية ditulis <i>jahiliyyah</i>
Fathah+ ya' ditulis ā	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' mati ditulis ī	Contoh كريم ditulis <i>karīm</i>
Dammah + wāwu mati ditulis ū	Contoh فروض ditulis <i>furūḍ</i>

A. Ta' Marbūṭah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

حكمة	Ditulis <i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis <i>jizyah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

3. Bila *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *ḥ* (h).

Contoh:

روضة الاطفال	<i>Rauḍah al-atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>Al-Madīnah al-Munawwarah</i>

B. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعددة	Ditulis <i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis <i>'iddah</i>

C. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

البدیع	Ditulis <i>al-badi>'u</i>
القياس	Ditulis <i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

السماء	Ditulis <i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis <i>asy-Syams</i>

D. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof. Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيئ	Ditulis <i>syā'un</i>
تأخذ	Ditulis <i>ta'khuzu</i>
أمرت	Ditulis <i>umirtu</i>

E. Huruf Besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan ejaan yang diperbaharui (EYD).

F. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut bunyi atau pengucapan atau penulisannya

أهل السنة	Ditulis <i>ahl as-sunnah</i>
ذوى الفروض	Ditulis <i>zawī al-furūd</i>

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DARTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Maksud Dan Tujuan Penulisan Tugas Akhir.....	5
D. Definisi Operasional.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	7
1. Jenis Penelitian.....	7
2. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	7
3. Subyek Penelitian.....	7
4. Sumber Data.....	8
5. Teknik Pengumpulan Data.....	8
6. Metode Analisis Data.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
A. Kajian Teori.....	11

1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	11
2. Pengertian Funding Officer.....	16
3. Nasabah	19
B. Penelitian Terdahulu	20
BAB III HAL DAN PEMBAHASAN.....	25
A. Gambaran Umum Bprs Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.....	25
1. Sejarah Dan Perkembangan Pt Bprs Bumi Artha Sampang.....	25
2. Tujuan	27
3. Visi Dan Misi.....	27
4. Motto	28
5. Etos Kerja.....	28
6. Struktur Organisasi Bprs Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.....	28
7. Deskripsi Pekerjaan, Tanggung Jawab, Dan Tugas Dari Masing- Masing Posisi Di Bprs Bumi Artha Sampang.....	28
8....Sistem Operasional Bprs Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.....	36
1....Produk Penghimpunan Dana.....	36
2....Produk Penyaluran Dana.....	40
B...Pembahasan.....	45
1. Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Nasabah Di Bprs Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.....	45
BAB IV PENUTUP.....	58
1. Kesimpulan.....	58
2. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah data nasabah.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Pemilik Saham.....	27
Tabel 3.2 Dewan Komisaris.....	27
Tabel 3.3 Dewan Direksi.....	27
Tabel 3.4 Dewan Pengawas Syariah.....	27
Tabel 3.5 Struktur Organisasi.....	30
Tabel 3.6 Syarat Pengajuan Pembiayaan.....	44
Tabel 3.7 Jumlah Data Nasabah.....	47



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Pedoman Wawancara
2. Lampiran 2. Blangko Bimbingan
3. Lampiran 3. Sertifikat-sertifikat



**STRATEGI PEMASARAN FUNDING
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU
CILACAP**

HANA PUTRI RAHMAWATI

1617203023

Prodi Manajemen Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap. Funding merupakan kegiatan menghimpun dana dari pihak ketiga yang memiliki tujuan meningkatkan dana pihak ketiga di sebuah BPRS karena dana pihak ketiga itu adalah komponen penting dalam sebuah bank terlebih bagi BPRS.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode yang digunakan menggunakan analisis data metode deskriptif kualitatif. Penelitiannya menggunakan pengumpulan data analisis bukan statistik yang bersifat untuk mengembangkan teori.

Setelah dilakukan penelitian, diketahui bahwa strategi pemasaran funding yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah penabung di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap yaitu undian tabungan berhadiah, grebek pasar, *canvassing* dan metode jemput bola. Dari ke empat strategi, *canvassing* merupakan strategi yang cukup efektif dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran , Funding Meningkatkan Jumlah Nasabah , Bprs Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap

**STRATEGI PEMASARAN FUNDING
DALAM MENINGKATKAN NASABAH
DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR KAS CIMANGGU
CILACAP**

HANA PUTRI RAHMAWATI

1617203023

Prodi Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

This study aims to determine the marketing strategy of funding in increasing the number of customers at BPRS Bumi Artha Sampang Cash Office Cimanggu Cilacap. Funding is an activity to collect funds from third parties with the aim of increasing third party funds in a BPRS because third party funds are an important component in a bank, especially for a BPRS.

This research is a field research with the method used is descriptive qualitative data analysis method. His research uses analytical data collection instead of statistics to develop theory.

After doing the research, it was found out that the funding marketing strategy used to increase the number of saving customers at BPRS Bumi Artha Sampang Cash Office Cimanggu Cilacap was a savings draw with prizes, market raids, canvassing and pick-up methods. Of the four strategies, canvassing is a fairly effective strategy in an effort to increase the number of customers.

Keywords : Funding Officer, Marketing Strategy, Increasing Customers, BPRS Bumi Artha Sampang Cash Office Cimanggu Cilacap.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di negara-negara berkembang seperti di Indonesia, bank biasa diartikan sebagai wadah untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup rakyat. Tidak semua masyarakat paham tentang dunia perbankan karena begitu minimnya pengenalan dunia perbankan terhadap masyarakat. Padahal bank sudah dianggap seperti nyawa yang menggerakkan perekonomian negara karena peran perbankan dalam suatu negara akan semakin besar apabila negara tersebut semakin maju. Menurut Undang-Undang No 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. (Kasmir, 2016, hal. 3).

Bank dibagi dalam 3 jenis jika di tinjau dari segi fungsinya, yang pertama yaitu Bank Sentral yang merupakan bank yang mengatur berbagai kegiatan yang berkaitan dengan dunia perbankan di suatu negara. Di setiap negara hanya ada satu bank sentral. Di Indonesia fungsi bank sentral di pegang oleh Bank Indonesia (BI). Kemudian yang kedua yaitu Bank Umum yang melayani seluruh jasa-jasa perbankan dan segenap lapisan masyarakat baik perorangan maupun lembaga. Dan yang terakhir Bank Pembiayaan Rakyat (BPR) yang merupakan bank khusus untuk melayani masyarakat kecil di kecamatan dan pedesaan. Jenis produk yang ditawarkan pun lebih sedikit di banding bank umum, dan ada beberapa jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan di BPR, seperti *kliring* dan pembukaan rekening giro. Berdasarkan prinsip operasionalnya bank dibagi menjadi dua, yakni bank konvensional yang berdasarkan pada prinsip bunga dan bank berdasarkan prinsip syariah atau yang kemudian dikenal

dengan bank syariah. Bank Syariah terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah atau yang saat ini disebut sebagai Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Lahirnya Bank Syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim perbankan MUI adalah dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya di tandatangi tanggal 1 November 1991 (Kasmir, 2016, hal. 242) . Setelah itu kemudian lahir bank-bank syariah lain yang sampai saat ini semakin berkembang dalam menjalankan kegiatan usahanya. Bank Syariah menganut sistem bagi hasil dengan tujuan menghindari riba dan prinsip syariah yang digunakan berdasarkan fatwa yang ditetapkan lembaga di bidang syariah dan tata cara dalam beroperasi mengacu kepada ketentuan Al-Quran dan Hadist.

Di dalam Al-Quran dan Hadis terdapat larangan riba, seperti yang di jelaskan di dalam QS. An-Nisaa' : 161

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْنُهُمْ أَعْنَهُ وَآكَلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Yang artinya :

“Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan kami sediakan untuk orang-orang kafir diantara mereka azab yang pedih.”

Salah satu kendala bagi setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya adalah masalah kebutuhan dana, baik untuk biaya rutin maupun untuk perluasan usaha. Pentingnya dana membuat setiap perusahaan berusaha keras mencari sumber dana yang tersedia, termasuk perusahaan lembaga keuangan semacam Bank. Kemampuan bank dalam memperoleh sumber-sumber dana yang diinginkan sangat mempengaruhi kelanjutan usaha bank, sumber dana yang dapat di pilih disesuaikan dengan penggunaan dana. Sumber-sumber dana yang ada dapat di peroleh dari

sumber modal sendiri atau modal pinjaman dari masyarakat luas atau lembaga keuangan lainnya.

Sumber dana dari masyarakat luas merupakan sumber dana yang paling utama bagi bank. Sumber dana yang disebut dengan dana pihak ketiga ini disamping mudah untuk mencarinya juga tersedia banyak di masyarakat. Kemudian persyaratan mencarinya juga tidak sulit. Untuk memperoleh sumber dana dari masyarakat luas, bank dapat menawarkan berbagai jenis simpanan. Pembagian jenis simpanan dalam beberapa jenis dimaksudkan agar nasabah penyimpan memiliki banyak pilihan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Bank juga harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung menjadi nasabah dan menyimpan dananya di bank tersebut, maka dari itu untuk mewujudkannya pun di butuhkan strategi yang baik. Menurut *Philip Kotler*, yang dimaksud strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan menjadi tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan budget untuk pemasaran (Liswati, 2018, hal. 162).

Tentu saja dalam hal ini petugas Funding Officer memiliki peran yang cukup besar. Karena posisi Funding Officer bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memungkinkan untuk diperolehnya dana pihak ketiga yang sesuai dengan target dan memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan. Divisi ini merupakan salah satu posisi yang memegang peran penting di BPRS Bumi Artha Sampang, karena tanpa adanya Funding Officer (FO) bank tidak akan dapat menjalankan bisnisnya yang berupa menghimpun dana nasabah (<http://bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>, 2012).

Dari banyaknya perbankan yang ada, BPRS Bumi Artha Sampang merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat. Berdirinya BPRS

Bumi Artha Sampang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar dengan mengutamakan prinsip dan sistem syariah. Sasaran utamanya adalah peningkatan penyediaan modal usaha bagi perkembangan UMKM yang dijalani. PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap terletak di Jl. Raya Cimanggu Km. 8 Cimanggu Cilacap , (Komplek rest area SPBU Cimanggu Cilacap), Kecamatan Cimanggu , Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, Indonesia. Lokasinya sangat strategis sehingga nasabah memperoleh kemudahan akses jalan, hal ini menjadikan salah satu alasan nasabah memilih menggunakan jasa BPRS Bumi Artha Sampang.

Berdasarkan data dari BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap, berikut penulis sajikan data jumlah nasabah penabung di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap dalam 5 tahun terakhir :

Tabel 1.1

Jumlah data nasabah periode 2015-2019

No	Tahun	Pertambahan Nasabah	Jumlah Nasabah
1	2015	108 orang	453 orang
2	2016	128 orang	581 orang
3	2017	144 orang	725 orang
4	2018	184 orang	909 orang
5	2019	154 orang	1063 orang

Data di atas menunjukkan pertambahan jumlah nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap dalam 5 periode. Strategi pemasaran sangat di butuhkan disini , karena dengan adanya strategi pemasaran diharapkan dapat menambah jumlah nasabah dan menambah kelayakan nasabah terhadap perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi yang di lakukan oleh Funding Officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap untuk meningkatkan

jumlah nasabah. Maka melalui penelitian Tugas Ahir ini penulis tertarik mengambil judul **“Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka dapat diambil rumusan masalah **“Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap”**.

C. Maksud Dan Tujuan Penulisan Tugas Ahir

Maksud dari penulisan Tugas Ahir ini adalah untuk menambah wawasan bagi para pembaca dan mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Dalam hal ini penulis mencoba membandingkan teori teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan pada saat praktek kerja lapangan di lembaga keuangan syariah, yaitu dengan melakukan observasi secara langsung dan wawancara dengan pihak pihak terkait di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap. Tujuan dari penulisan Tugas Ahir ini adalah untuk memenuhi syarat guna mendapatkan gelar Ahli Madya dalam bidang Manajemen Perbankan Syariah.

D. Definisi Operasional

Ada beberapa istilah istilah yang mendapat penjelasan dari judul yang yang penulis ambil , diantaranya :

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu , pada msing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah.

2. Funding

Didalam dunia perbankan Funding merupakan kegiatan menghimpun dana pihak ketiga yang memiliki tujuan meningkatkan dana pihak ketiga di sebuah BPRS karena dana pihak ketiga itu adalah komponen penting dalam sebuah bank terlebih bagi BPRS. Fungsi jabatan Marketing Funding juga sering disebut dengan Funding Officer sangat berperan penting disini. Sebagian besar waktu kerjanya di habiskan dilapangan, atau sangat jarang sekali ditemui atau berada di dalam kantor. Marketing Funding adalah suatu fungsi jabatan pekerjaan (biasanya di sebuah Bank) mempromosikan dan juga menghimpun dana dari masyarakat. Dalam hal ini seorang marketing funding biasanya sudah mendapatkan daftar nama yang berpotensi untuk menitipkan dananya pada Bank (menabung).

3. Nasabah

Nasabah adalah seseorang atau badan usaha yang memiliki hubungan dengan suatu bank untuk sebuah penghimpunan dana atau penyaluran dana di bank tersebut. Sedangkan menurut Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan (Undang-Undang Perbankan) disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Maka dapat di simpulkan bahwa , nasabah adalah orang yang menjadi langganan sebuah bank karena uangnya di putarkan melalui bank. (Saparso, 2019, hal. 23).

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana strategi pemasaran funding dalam meningkatkan jumlah nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

2. Bagi Bank

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk menarik minat nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap terhadap produk-produk penghimpunan dana.

3. Bagi Akademis

Hasil kajian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang perbankan syariah dan dapat dijadikan acuan konsep dalam upaya pengembangan perbankan syariah selanjutnya.

4. Bagi Pembaca

Laporan Tugas Akhir ini dapat dijadikan referensi bacaan Laporan Tugas Akhir bagi adik tingkat kedepannya dan menjadi wacana yang baik yang dapat menambah wawasan dan ilmu bagi para pembaca, khususnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan perbankan syariah.

F. Metode Penulisan Laporan Tugas Akhir

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif karena menghasilkan ucapan, tulisan maupun perilaku dari obyek yang diteliti, maka dari itu disini penulis turun langsung ke tempat penelitian dengan subyek penelitian di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil lokasi di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap, yang beralamat di Jl. Raya Cimanggu Km. 8 Cimanggu Cilacap, Telp (0280) 6261122 (Komplek rest area SPBU Cimanggu Cilacap), Kecamatan Cimanggu, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah, Indonesia.

b. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 22 Januari 2019 sampai dengan 05 Maret 2019.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah funding officer BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap. Obyek penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah.

4. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber data, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, survei maupun eksperimen. Dalam hal ini diperoleh data dari BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap, mengenai Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah yang diterapkan disana.

b. Sumber Data Sekunder

Data yang dikumpulkan berasal dari peneliti terdahulu yang berbentuk jurnal, buku, internet dan lain sebagainya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengalaman. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Secara umum pengumpulan data terbagi atas beberapa kelompok, yaitu :

a. Observasi

Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu obyek dengan menggunakan seluruh alat indra. Dalam observasi penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data apabila penulis ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih dalam. Disini penulis melakukan pengumpulan data dengan wawancara bersama marketing BPRS Bumi Artha sampang yaitu Bapak Enggar Setya Wibowo dan Bapak M. Agus Al mahfuri. M. Tujuannya untuk menggali informasi lebih dalam mengenai Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metode penelitian sosial. Metode dokumentasi ialah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Data yang digunakan berupa data-data primer seperti laporan naskah-naskah kearsipan dan data-data berupa gambar yang ada pada BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap.

6. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Analisis data dalam metode deskriptif kualitatif penelitiannya menggunakan pengumpulan data analisis bukan statistik. Secara mendasar penelitian kualitatif memiliki dua tujuan yaitu : (1) menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) dan (2) menggambarkan dan menjelaskan (*to describe and explain*). Untuk mendapatkan sebuah kesimpulan, analisis data dilakukan secara terus menerus kemudian diuraikan agar dapat menggambarkan keadaan yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara analisis data menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2015, hal. 246-252), yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data dengan cara mereduksi data, memilih hal-

hal pokok, dan memfokuskan hal-hal yang penting untuk penelitian ini.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan lain-lain. Dengan *display* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut.

c. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti - bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

IAIN PURWOKERTO

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk, sebaik apapun segmentasi, pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan, tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi adalah langkah-langkah yang dijalankan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Selain itu strategi adalah ilmu pengetahuan dan seni bagaimana mendayagunakan sumber-sumber produksi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang direncanakan terlebih dahulu dengan memperhitungkan tantangan atau persaingan yang ada (*active opposition*). Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan dilakukan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan (umar, 2001, hal. 31). Dalam dunia usaha, apapun bentuk usahanya tidak terlepas dari berbagai macam masalah yang harus dihadapi, baik dari dalam perusahaan maupun luar. Apabila tantangan yang timbul berasal dari dalam perusahaan, kemungkinan masih bisa diselesaikan perusahaan itu sendiri, tetapi apabila berasal dari luar perusahaan dan tidak bisa dikendalikan karena diluar kemampuan perusahaan, maka dalam menghadapi tantangan yang harus dilakukan adalah menyusun suatu strategi untuk memperkuat posisi. Strategi bersifat jangka panjang, oleh karena itu, menerapkan strategi melalui perencanaan matang dan melalui keputusan bersama ini dapat dilakukan untuk mencapai tujuan, yaitu memajukan sebuah perusahaan. .

Pemasaran merupakan aktifitas manusia yang berkaitan dengan pasar. Pasar merupakan wadah yang mencakup transaksi antara pembeli dan penjual, pemasaran secara menyeluruh mencakup perencanaan,

pengembangan produk, penetapan harga, promosi, dan pendistribusian produk yang diharapkan dapat memuaskan keinginan pasar sesuai sasaran sehingga tujuan organisasi dapat tercapai. Pemasaran merupakan ujung tombak bagi perusahaan untuk menjual memasarkan produk yang dihasilkan, oleh karena itu pemasaran menjadi salah satu aktifitas pokok dalam melakukan bisnis. Sasaran dari bisnis adalah mengantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan keuntungan (*laba/profit*). Jadi, pemasaran adalah tentang bagaimana kita memuaskan kebutuhan pelanggan, produk-produk akan terjual dengan mudah apabila kita mampu mengerti kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang bernilai dan menetapkan harga, sekaligus mendistribusikan serata mempromosikan barang-barang dengan cara efektif. Sedangkan menurut perspektif syariah, pemasaran merupakan segala aktifitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapapun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanafaatannya yang dilandasi sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami/perjanjian transaksi bisnis islam (amrin, 2007, hal. 1).

Maka dari itu, strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran dapat di artikan sebagai langkah-langkah mengambil keputusan bersama secara matang untuk mendapatkan keinginan dan kebutuhan yang akan dicapai, dengan memperhatikan kondisi lingkungan. Strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam upaya menghadapi pesaing-pesaing di dunia bisnis, berbagai analisa seperti mempelajari kelebihan dan kelemahan suatu perusahaan, peluang kesempatan maupun ancaman yang akan di hadapi perusahaan juga perlu dilakukan untuk di jadikan penentu dalam strategi pemasaran.

Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran perusahaan adalah *marketing mix strategi* atau dikenal dengan strategi bauran pemasaran. Untuk usaha jasa, terdapat *Marketing mix 7-p* , (Sumiyati, 2019, hal. 48-49) yaitu :

a. *Pruduct* (Produk)

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

b. *Price* (Harga)

Menurut Monroe (2005) harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga merupakan salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu (Schifman and Kanuk, 2001).

c. *Promotion* (Promosi)

Kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media masa seperti koran, majalah, televisi, tabloid dan direct email.

d. *Place* (Saluran Distribusi)

Saluran distribusi suatu barang adalah keseluruhan kegiatan atau fungsi untuk memindahkan produk disertai dengan hak pemilikannya dari produsen ke konsumen ahir atau pemakai industri.

e. *People* (Partisipant)

Yang dimaksud partisipan disini adalah karyawan atau layanan jasa penjualan, atau orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam proses layanan itu sendiri.

f. *Proces* (Proses)

Kegiatan yang menunjukkan pelayan yang diberikan kepada konsumen selama pembelian barang. Pengelola usaha melalui *frontliner* sering menawarkan berbagai bentuk pelayanan untuk tujuan menarik konsumen. Fasilitas jasa konsultasi gratis, *credit card*, *card member* dan fasilitas lain yang berpengaruh pada image perusahaan.

g. *Physical Evidence* (Lingkungan Fisik)

Lingkungan fisik adalah keadaan atau kondisi yang didalamnya juga termasuk suasana. Karakteristik lingkungan fisik merupakan segi paling nampak dalam kaitannya dengan situasi. Yang dimaksud situasi ini adalah situasi kondisi geografi dan lingkungan institusi, dekorasi, ruangan, aroma, cahaya, cuaca, peletakan dan layout yang nampak atau lingkungan yang penting dalam objek stimuli.

Strategi pemasaran produk merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan yang berorientasi laba pada setiap usaha. Strategi perencanaan jasa maupun barang itu sendiri merupakan suatu rangkaian aktifitas yang terintegrasi menuju keunggulan yang kompetitif dan berkelanjutan. Oleh karenanya strategi pemasaran perlu di pikirkan secara matang dan mantap sebelum aktifitas pemasaran benar-benar di laksanakan. Menurut *Philip Kotler*, yang dimaksud strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan menjadi tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan budget untuk pemasaran. (Liswati, 2018, hal. 162) Dalam perencanaan strategi pemasaran terdapat langkah awal yang perlu di perhatikan dalam pemasaran. Langkah ini masuk dalam kategori pemasaran strategik. Adapun langkah yang perlu dilakukan adalah sebagai

berikut (Sumiyati, 2019, hal. 50-52) :

a. Segmentasi Pasar

Pasar merupakan gambaran umum sasaran suatu usaha maupun perusahaan. Segmentasi pasar merupakan strategi pemasaran untuk mengelompokkan atau membagi pasar dalam segmen-segmen tertentu yang disesuaikan atau disamakan sesuai dengan karakteristik dan keperluannya. Pembagian pemasaran dalam segmentasi pasar dapat dikelompokkan berdasarkan usia, pendapatan, hobi, dan lainnya. Langkah dalam strategi pemasaran ini memudahkan kita melihat tingkat kebutuhan dan karakteristik masing-masing segmen. Sehingga langkah strategi promosi pemasaran produk baru yang dilaksanakan dapat disesuaikan dengan karakteristik tiap segmen.

b. *Targetting*

Targetting yaitu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki. *Targetting* hendaknya diarahkan kepada sasaran yang dituju sehingga dapat berhasil mencapai tujuan yang diharapkan. Penentuan target pasar dalam perencanaan strategi pemasaran produk baru diupayakan untuk lebih mudah dalam melakukan aktifitas pemasaran dibandingkan harus melayani semua segmen yang tentunya akan berbeda perlakuan dalam strategi promosi pemasaran dan akan berimbas pada pendanaan strategi pemasaran.

c. *Positioning*

Positioning adalah penetapan posisi pasar. *Positioning* dilakukan sebagai pembeda produk kita dengan produk lain yang nantinya akan diingat oleh pelanggan. Tujuan *Positioning* ini adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang ada di pasar kepada konsumen. Langkah tersebut dapat menentukan strategi pemasaran yang nantinya akan dilaksanakan karena sebagai senjata dalam melakukan promosi.

Strategi pemasaran juga memiliki Fungsi dan Tujuan (Liswati,

2018, hal. 164), antara lain :

a. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan

Strategi pemasaran berfungsi untuk memotifasi manajemen perusahaan agar berfikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat di perlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun kadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.

b. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang efektif dan tepat sasaran.

c. Merumuskan tujuan perusahaan

Para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Pengawasan kegiatan pemasaran

Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggotanya akan lebih mudah di pantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

Dan Tujuan dari strategi pemasaran ini antara lain untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran, Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah di tentukan, dan sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran.

2. Pengertian Funding Officer

Didalam dunia perbankan Funding merupakan kegiatan menghimpun dana pihak ketiga yang memiliki tujuan meningkatkan dana

pihak ketiga di sebuah BPRS karena dana pihak ketiga itu adalah komponen penting dalam sebuah bank terlebih bagi BPRS. Fungsi jabatan Marketing Funding juga sering disebut dengan Funding Officer sangat berperan penting disini. Sebagian besar waktu kerjanya di habiskan dilapangan, atau sangat jarang sekali ditemui atau berada di dalam kantor. Posisi ini bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memungkinkan untuk diperolehnya dana pihak ketiga yang sesuai dengan target dan memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan. Divisi ini merupakan salah satu posisi yang memegang peran penting di dalam dunia perbankan, karena tanpa adanya *Funding Officer* (FO) bank tidak akan dapat menjalankan bisnisnya yang berupa menghimpun dana nasabah.

Funding officer memiliki fungsi sebagai *Funding Relation Officer*, yaitu orang yang membina hubungan dengan nasabah agar tetap bertahan dan tetap menyimpan dana di bank tersebut dan sebagai Fungsi Komunikator yaitu orang yang menyampaikan informasi berkaitan dengan produk-produk perbankan. Fungsi Funding Officer harus benar-benar dipahami sehingga seorang Funding Officer dapat menjalankan fungsinya secara prima. Kemudian jika dalam praktiknya fungsi *Funding Officer* yaitu, yang pertama untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Produk bank yang dimaksud dibagi menjadi tiga kategori, yaitu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro dan simpanan deposito. Yang kedua memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri. (Pauji, 2015, hal. 403)

Selain memiliki fungsi, funding Officer juga memiliki beberapa tugas (<http://bprsbumiartahasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>, 2012) antara lain :

- a. Mempromosikan produk perbankan berupa Tabungan, Deposito dan Giro
- b. Membuka Rekening Tabungan Baru (Akuisisi)
- c. Mempertahankan Nasabah agar tetap menyimpan Uang di bank (Loyalti)
- d. Mengajak Nasabah untuk top up tabungan (Retensi)
- e. Monitoring produk – produk yang telah terjual (Maintenance)
- f. Follow Up nasabah semua produk
- g. Melaporkan segala aktifitas dan program yang telah dijalankan secara rinci

Dalam melaksanakan tugas, seorang *funding officer* harus memiliki beberapa keahlian, adapun keahlian yang harus dikuasai yaitu, dapat berkomunikasi dengan baik, mampu melakukan presentasi yang menarik, mempunyai kemampuan analisa dan interpersonal yang baik, memiliki kemampuan komunikatif dan persuasif, dapat menggunakan komputer dan internet dan memiliki kemampuan seorang marketing

Seorang *Funding Officer* tidak jauh dari seorang *Marketing*, itu dikarenakan mereka harus menguasai berbagai Produk yang akan ditawarkan kepada Nasabah, baik itu jasa ataupun produk. *Funding Officer* bertanggungjawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pembiayaan yang tela diberikan. *Marketing funding* harus memiliki jiwa tanggungjawab yang tinggi atas target yang terpenuhi dan memiliki kemampuan komunikasi sekaligus hubungan yang baik dengan para nasabahnya.

Ada beberapa tips agar marketing funding berhasil (zaki, 2020) , antara lain :

- a. Memberikan Rasa Penasaran

Seringkali dalam menawarkan produk seorang Funding Officer terlalu ngotot agar pelanggan mau berinvestasi dalam produk tersebut. Jatuhnya pelanggan merasa kurang nyaman bahkan lebih buruk citra perusahaan akan rusak. Karenanya dalam penawaran tersebut seorang FO harus bisa membuat pelanggan penasaran dan tertarik untuk menginvestasikan uangnya ke produk yang ditawarkan.

b. Real Time Gross Settlement (RTGS)

RTGS berarti memberikan keuntungan dari berbagai produk hanya dengan sekali berinvestasi di satu produk. Dengan melihat kemudahan ini pelanggan akan tertarik dan tahu apa yang ia perlukan dari produk tersebut.

c. Skala Prioritas

Dengan memberikan prioritas target akan memudahkan FO untuk menentukan cara yang tepat dan mana calon pelanggan yang paling besar peluangnya untuk berinvestasi.

d. Pendekatan Kultur

Pendekatan kultur maksudnya adalah anda harus memahami karakteristik dari pelanggan anda. Dengan begitu anda dapat menawarkan produk tanpa mengganggu kenyamanan pelanggan. Cara ini dapat anda lakukan step by step agar tidak terlihat memaksa dan malah merusak kenyamanan pelanggan anda.

3. Nasabah

Dalam dunia perbankan ,nasabah adalah seseorang atau badan usaha yang memiliki hubungan dengan suatu bank untuk sebuah penghimpunan dana atau penyaluran dana di bank tersebut. Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia (Badudu dan Zain, 2001 : 933) nasabah di definisikan sebagai (1) pertalian, perhubungan (2) orang yang menjadi langganan sebuah bank karena uangnya di putarkan bank itu (3) orang yang menjadi anggota (tanggung) perusahaan asuransi. Sedangkan menurut Undang-Undang No 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang No 7 Tahun 1992 tentang Perbankan (Undang-Undang

Perbankan) disebutkan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah terbagi atas nasabah penyimpan, yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Dan kemudian nasabah debitur, yaitu nasabah yang mendapatkan fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan hal itu atau perjanjian nasabah dengan bank yang bersangkutan. Dari pengertian diatas maka yang dimaksud nasabah dalam penelitian ini adalah orang yang menjadi langganan sebuah bank karena uangnya diputar melalui bank (Saparso, 2019, hal. 23).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai salah satu bahan ajar dalam penyusunan penelitian saat ini/penelitian baru, penelitian tersebut bisa dituangkan dalam bentuk jurnal, buku, tugas akhir, skripsi dan penelitian lainnya. Untuk menambah wawasan dan menggali informasi serta menjadi salah satu bahan acuan dalam penulisan tugas akhir ini, penulis melakukan pembelajaran terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang sejenis, yaitu berupa laporan tugas akhir, antara lain :

Yang pertama, skripsi karya Dina Amalia, mahasiswa Fakultas Agama Islam Jurusan Studi Islam Program Studi Ekonomi Islam UIN Yogyakarta Tahun 2018, dengan judul Mekanisme Marketing Funding Dan Kesesuaiannya Dengan Prinsip-Prinsip Marketing Syariah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Kcp Sendawar. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah. Perbedaannya, pada skripsi Dina Amalia membahas mekanisme marketing funding dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip marketing syariah sedangkan penulis membahas Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.

Yang kedua, Skripsi karya Novi Fransiska mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung Tahun 2017,

dengan judul Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap BPRS Mitra Agro Usaha Di Bandar Lampung. Persamaan dalam penelitian ini, sama-sama membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan nasabah. Perbedaannya Skripsi karya Novi Fransiska membahas tentang Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap BPRS Mitra Agro Usaha Di Bandar Lampung, sedangkan penulis membahas Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.

Yang ketiga , Skripsi karya U'ut Utomo mahasiswa Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta dengan judul Analisis Penerapan Strategi *Marketing Funding* Pada KSPPS BMT Tumang Cabang Solo Tahun 2017. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi marketing funding. Perbedaannya pada skripsi karya U'ut Utomo hanya membahas analisis penerapan strategi marketing funding dan strategi yang digunakan dengan cara turun ke lapangan , dengan mengunjungi pasar dan masyarakat , serta memanfaatkan teknologi dengan membroadcast pesan kepada masyarakat, sedangkan penulis membahas Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap. Dan strategi yang digunakan berupa undian tabungan berhadiah, grebek pasar, jemput bola dan canvassing.

Yang ke empat Jurnal Etikonomi Vol. 12 No. 2 karya Hendri Triandini Universitas Prof. Muhammadiyah Dr. Hamka Tahun 2013 dengan judul Pengaruh Layanan Jemput Bola Produk Funding Terhadap DPK dan Jumlah Nasabah: Studi Pada BPRS Artha Karimah Irsyadi. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas layanan jemput bola terhadap jumlah nasabah. Perbedaannya di penelitian ini hanya membahas layanan jemput bola , sedangkan penulis membahas

beberapa strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah, tidak hanya jempot bola.

Yang kelima , Tugas Ahir karya Avinda Mutiara Hikmah mahasiswa Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan judul Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Ib Syariah Pada Pt. Bprs Buana Mitra Perwira Di Purbalingga Tahun 2017. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah. Perbedaannya, di penelitian ini membahas Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Ib Syariah, sedangkan penulis membahas Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Skripsi/Tugas Ahir/Jurnal	Peneliti Terdahulu	Peneliti Sekarang
Skripsi karya Dina Amalia, mahasiswa Fakultas Agama Islam Jurusan Studi Islam Program Studi Ekonomi Islam UII Yogyakarta Tahun 2018	Mekanisme marketing funding dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip marketing syariah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Sendawar	Membahas mekanisme marketing funding dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip marketing syariah	Membahas strategi pemasaran funding officer dalam meningkatkan nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu,

			Cilacap.
Skripsi karya Novi Fransiska Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Uin Raden Intan Lampung Tahun 2017	Penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap BPRS Mitra Agro Usaha Di Bandar Lampung	Membahas penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap BPRS Mitra Agro Usaha Di Bandar Lampung	Membahas strategi pemasaran funding officer dalam meningkatkan nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.
Skripsi karya U'ut Utomo Mahasiswa Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta Tahun 2017	Analisis penerapan strategi <i>marketing</i> <i>funding</i> pada KSPPS BMT Tumang Cabang Solo	Membahas analisis penerapan strategi marketing funding dan strategi yang digunakan dengan cara turun ke lapangan dengan mengunjungi pasar dan masyarakat , serta memanfaatkan teknologi dengan	Membahas strategi pemasaran funding officer dalam meningkatkan nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap. Dan strategi yang digunakan berupa undian tabungan berhadiah,

		membroadcast pesan kepada masyarakat	grebek pasar, jemput bola dan canvassing.
Jurnal etikonomi vol. 12 no. 2 karya Hendri Triandini Universitas Prof. Muhammadiyah Dr. Hamka Tahun 2013	Pengaruh layanan jemput bola produk funding terhadap dpk dan jumlah nasabah: studi pada BPRS Artha Karimah Irsyadi	Di penelitian ini hanya membahas layanan jemput bola terhadap dpk dan jumlah nasabah	Sedangkan penulis membahas beberapa strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah, tidak hanya jemput bola.
Tugas Akhir karya Avinda Mutiara Hikmah Mahasiswa Program Studi Manajemen Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Tahun 2017	Strategi pemasaran sebagai upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan ib syariah pada PT. BPRS Buana Mitra Perwira di Purbalingga	Membahas strategi pemasaran sebagai upaya meningkatkan jumlah nasabah tabungan ib syariah pada PT. BPRS Buana Mitra Perwira di Purbalingga	Membahas strategi pemasaran funding officer dalam meningkatkan nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap

1. Sejarah dan Perkembangan PT BPRS Bumi Artha Sampang

Perintisan BPRS Bumi Artha Sampang di mulai sejak awal tahun 2005 yang berawal dari keinginan Bapak H. Kholipan, beliau mengutarakan keinginannya kepada Buyar Winarso yang merupakan relasi bisnisnya. Oleh Buyar Winarso, H. Kholipan dipertemukan dengan Soedjito yang berdomisili di Jogjakarta. Proposal kelayakan pendirian PT. BPRS Bank Bumi Artha Sampang disiapkan dan diselesaikan oleh Soedjito. Pada awalnya proposal pendirian merupakan proposal pendirian Bank Pembiayaan Rakyat konvensional, akan tetapi karena ketertarikan H. Kholipan kepada perbankan syariah, maka proposal diubah menjadi proposal pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan nama PT. BPRS Bumi Artha Sampang. PT. BPRS Bumi Artha Sampang resmi berdiri berdasarkan Akta Pendirian No. 06 tanggal 6 September 2006, dihadapan Naimah, S.H, M.H., yang merupakan notaris di Cilacap dan dengan pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM No. W9.00204 HT : 01.01.Th 2006 tertanggal 12 Desember 2006, serta berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 9/24/Kep-GBI uni 2007 tentang pemberian ijin usaha perbankan di Indonesia. Susunan organisasi pada awal berdiri PT. BPRS Bumi Artha Sampang terdiri dari Sodjito sebagai Komisaris Utama dan Sudarno, B.Sc. sebagai Komisaris. Direktur Utamanya adalah Rr. Ginding Kumaladewi, S.H. dengan anggota direktur Muhammad Jamal, S.E. Sedangkan Dewan Pengawas Syariah Drs. Zaenal Ma'rufin, MBA., dan Ahmad Budiman, S.H.I.,M.S.I. Pendirian PT. BPRS Bumi Artha Sampang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar dengan mengutamakan prinsip dan system syariah. Sasaran utamanya adalah peningkatan penyediaan modal usaha

bagi perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dijalani masyarakat (<http://bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>, 2012).

Adapun berikut susunan daftar komposisi pemilik ,komisaris, direksi dan DPS di PT BPRS Bumi Artha Sampang pada saat ini :

Tabel 3.1

1. Pemilik Saham

No	Pemilik	Komposisi
1	H. Kholifan	70%
2	Hj. Sulastri	30%

Tabel 3.2

2. Dewan Komisaris

No	Nama	Jabatan
1	Supadmo, SE	Komisaris Utama
2	Sugeng Riyadi, SH	Komisaris

Tabel 3.3

3. Dewan Direksi

No	Nama	Jabatan
1	Kuat Sugiyanto, SE	Direksi Utama
2	Pipit Supriyani, A.Md	Direksi

Tabel 3.4

4. Dewan Pengawas Syariah

No	Nama	Jabatan
1	Drs. H. Zaenal Ma'rufin, MBA	Ketua
2	Dr. H. Ridwan, M.Ag	Anggota

Berdasarkan data yang di lihat dari kalender BPRS Bumi Artha Sampang tahun 2019, sampai saat ini BPRS Bumi Artha Sampang telah memiliki 7 kantor , yang terdiri dari :

- Kantor Pusat
Jl. Tugu Barat No. 39 Sampang- Cilacap 53273 (Depan pasar tradisional Sampang, Cilacap). Telp (0282) 697616 . Fax (0282) 697617
- Kantor Cabang Kebumen
Jl. Pemuda No. 32 Kebumen. Telp (0287) 384438
- Kantor Cabang Purwokerto
Jl. Kalibener No. 14 Purwokerto. Telp (0281) 641028
- Kantor Cabang Sidareja
Jl. A. Yani Sidareja , Cilacap . Telp (0280) 523263
- Kantor Kas Cimanggu
Jl. Raya Cimanggu Km.8 (Rest area SPBU Cimanggu,Cilacap). Telp (0280) 6261122
- Kantor Kas Cilacap
Jl. Tentara Pelajar No. 42 Cilacap. Telp (0282) 5561351

2. Tujuan

Tujuan di dirikannya PT BPRS Bumi Artha Sampang yang di resmikan sejak 5 Juli 2007 di Sampang, Cilacap, Jawa Tengah, adalah untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar dengan mengutamakan prinsip dan sistem syariah. Sasaran utama kami adalah peningkatan penyediaan modal usaha bagi perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

3. Visi dan Misi

PT. BPRS Bumi Artha Sampang memiliki Visi Misi sebagai berikut :

a. Visi

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berdasarkan Prinsip Syariah

b. Misi

- Memberikan layanan prima berdasarkan prinsip syariah
- Menerapkan konsep *Ta'awun* yang berkeadilan
- Menciptakan hubungan yang seimbang, transparan, dan saling menguntungkan.

4. Motto

Amanah, Adil, dan Transparan

5. Etos Kerja

Menuju hari esok yang lebih baik dan lebih syari'ah

6. Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap

Karena terbatasnya karyawan yang ada di kantor BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap, jadi struktur yang ada di kantor hanya bisa mengikuti alur kerjanya.

Tabel 3.5

Struktur Organisasi

Account Officer	Customers Service	Teller	Funding Officer
-----------------	-------------------	--------	-----------------

7. Deskripsi pekerjaan, tanggung jawab, dan tugas dari masing-masing posisi di BPRS Bumi Artha Sampang.

(<http://bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>, 2012).

a. Rapat Umum Pemegang Saham

- Merupakan rapat tertinggi para pemegang saham PT. BPRS Bumi Artha Sampang
- Menentukan sentral kebijakan PT. BPRS Bumi Artha Sampang.

b. Dewan Pengawas Syariah

- Ringkasan Pekerjaan

DPS bertugas melakukan penilaian dan pengawasan atas produk yang akan ditawarkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dari dan untuk masyarakat, agar berjalan sesuai

dengan syariah Islam yang dituangkan dalam bentuk keputusan atau fatwa.

- Tugas dan Tanggung Jawab
 - Memberikan pedoman atau garis-garis besar syariah untuk menghimpun maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan yang berkaitan dengan syariah.
 - Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk telah/ sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan syariah
 - Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap operasional bank agar sesuai dengan syariah

c. Dewan Komisaris

- Ringkasan Pekerjaan

Dewan Komisaris bertugas dalam pengawasan intern bank dan memberikan arahan dalam pelaksanaan tugas Direksi agar tetap mengikuti kebijakan perseroan dan ketentuan yang berlaku.

- Tugas dan Tanggung Jawab

- Mempertimbangkan, menyepurnakadan mewakili pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum yang baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang
- Menyelenggarakan RUPS dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi
- Mempertimbangkan dan menyetujui rencana kerja tahunan yang diusulkan Direksi
- Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang jumlahnya melebihi batas maksimal kewenangan Direksi
- Memberikan penilaian atas neraca dan perhitungan laba/rugi tahunan, serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh Direksi
- Menyetujui/ menolak pembiayaan yang diajukan oleh Direksi

- Menandatangani surat-surat saham saham yang telah diberi nomor urut sesuai anggaran dasar perseroan

d. Dewan Direksi

- Ringkasan Pekerjaan

Dewan Direksi terdiri dari Direktur Utama dan seorang atau lebih sebagai Direktur, bertugas memimpin dan mengawasi kegiatan bank sehari-hari sesuai dengan kebijakan umum yang telah disetujui Dewan Komisaris dalam RUPS.

- Tugas dan Tanggungjawab Direktur Utama

- Mewakii Direksi atas nama perseroan
- Memimpin dan mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan
- Bertanggungjawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam hubungan dengan pihak ekstern perusahaan

- Tugas dan Tanggungjawab Direktur

- Mewakili Direktur Utama atas nama Direksi
- Membantu Direktur Utama dalam mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan
- Bertanggungjawab terhadap operasional perseroan, khususnya dalam hubungan dengan pihak intern perusahaan

- Bersama-sama Direktur Utama bertanggungjawab kepada Rapat Pemegang Saham (RUPS)

e. Kepala Bagian Pemasaran

- Ringkasan pekerjaan

Memimpin, mengawasi, dan bertanggungjawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian pembiayaan dan pendanaan, memasarkan produk Bank sesuai dengan Syariah Islam kepada nasabah dengan layanan prima sehingga memungkinkan untuk diperolehnya laba sesuai target dengan tetap memperhatikan kelancaran dan keamanan asset bank serta menciptakan produk baru yang sesuai dengan Syariah Islam

- Tugas dan Tanggungjawab.
 - Memberikan pengarahan, pembinaan, dan pengawasan terhadap staf yang ada dibawahnya
 - Melaksanakan tugas dan bertanggungjawab atas laporan bulanan dan laporan berkala yang disampaikan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku
 - Menjaga dan mengusahakan tercapainya laba yang telah ditargetka bank
 - Mengikuti pengembangan perbankan sehubungan dengan kegiatan pemasaran dan selalu memperhatikan situasi pasar serta melihat factor-faktor yang mungkin mempengaruhi perkembangannya
 - Membawahi langsung Account Officer
- f. Account Officer
 - Ringkasan Pekerjaan
 - ✓ AO Pembiayaan bertanggungjawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pembiayaan yang tela diberikan.
 - ✓ AO Pendanaan (Funding Officer) bertanggung jawab dalam memasarkan produk sesuai Syariat Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memungkinkan untuk diperolehnya dana pihak ketiga yang sesuai dengan target dan memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan.
 - Tugas dan Tanggungjawab
 - Memasarkan produk dengan melakukan solitasi dan presentasi pada calon nasabah
 - Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi

- Bertanggung jawab kepada Direksi

g. Bagian Administrasi dan Legal

- Ringkasan Pekerjaan

Mengatur, mengawasi dan melaksanakan kegiatan administrasi dan dokumentasi pemberian pembiayaan serta melakukan kegiatan untuk mengamankan posisi bank dalam memberikan pembiayaan sesuai dengan hukum yang berlaku

- Tugas dan Tanggungjawab.

- Memeriksa perlengkapan dan aspek yuridis setiap dokumen permohonan pembiayaan
- Melakukan taksasi (taksiran) jaminan sesuai dengan harga pasar
- Melakukan pengikatan atau akad pembiayaan dengan calon nasabah
- Melakukan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian Direksi
- Bertanggungjawab kepada Kepala Bagian Pemasaran

h. Remedial

- Ringkasan Pekerjaan

Menyelesaikan pengembalian pembiayaan yang bermasalah atau pembiayaan yang mengalami keterlambatan lebih dari tiga bulan dan mengatur penagihannya serta melaporkan hasil penagihan yang telah dilakukan kepada Direksi.

- Tugas dan Tanggungjawab

- Membuat daftar nasabah dan jadwal penagihan sesuai instruksi
- Mengirimkan surat peringatan dan melakukan eksekusi serta penjualan jaminan kepada nasabah sesuai kondisi masing-masing
- Membuat laporan kunjungan (call report) dan laporan penggunaan Tanda Terima Uang Berseri (TTUB) yang digunakan dalam penagihan
- Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian

- Bertanggungjawab kepada Kepala Bagian Pemasaran
- i. Kepala Bagian Operasional
- Ringkasan Pekerjaan

Memimpin, mengawasi dan bertanggungjawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian operasional serta memberikan laporan rutin berkala atas pekerjaannya kepada Direksi.
 - Tugas dan Tanggungjawab
 - Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yang dibawahnya (Teller, Pembukuan, CS, Administrasi dan Legal, Kepala Kantor Kas, Bag. Umum Personalia).
 - Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan.
 - Bertanggungjawab dalam pembuatan dan pengampaian laporan bulanan kepada direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan direksi.
 - Bertanggung jawab kepada direksi.
- j. Customer Service
- Ringkasan Pekerjaan

Memberikan pelayanan kepada setiap nasabah/ tamu dengan baik dan islami serta memberikan informasi yang dibutuhkan secara jelas, baik secara langsung ataupun tidak langsung.
 - Tugas dan Tanggung jawab
 - Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan.
 - Meregistrasi data nasabah, menginput data master nasabah pada program/ system.
 - Membuat laporan bulanan sesuai interuksi operasi
 - Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian/ Direksi
 - Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional/ Direksi

k. Teller

- Ringkasan Pekerjaan

Membantu dan melayani nasabah dalam hal menerima setoran, penarikan uang dan transaksi lainnya yang berhubungan dengan bank yang dilakukan dalam counter teller.

- Tugas dan Tanggung jawab

- Sebagai pemeriksa seluruh transaksi harian teller dan semua tiket serta dokumen lainnya yang dibuat pada seksi kas.
- Melaksanakan cash count akhir hari atau pada saat pergantian teller.
- Mengambil atau menyetorkan uang tunai pada main vault.
- Mencatat/ membuat daftar posisi kas setiap akhir hari.
- Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional.

l. Bagian Umum dan Personalia

- Ringkasan Pekerjaan

Melaksanakan tugas pencatatan, pengadministrasian, serta pembinaan dalam kepersonaliaan, mengawasi ketersediaan perlengkapan layanan dibidang personalia dan umum.

- Tugas dan Tanggung jawab

- Menginventarisasi kebutuhan karyawan dan atau perusahaan sesuai ketentuan yang berlaku.
- Pengawasan terhadap pengadaan inventaris kantor dan penyusutan serta pengendalian biaya.
- Melakukan pembayaran gaji, uang jasa, pesangon, lembur, dan lainnya sesuai ketentuan.
- Membuat laporan bulanan kepada Direksi.
- Membawahi langsung personalia, perlengkapan, pengemudi, satuan pengamanan, dan pramubakti.
- Bertanggung jawab kepada Direksi.

m. Bagian Pembukuan

- Ringkasan Pekerjaan

Bertanggung jawab terhadap pekerjaan pembukuan yang berkaitan dan atau melalui bank koresponden.

- Tugas dan Tanggung jawab
 - Mengkliringkan cheque / bilyet giro yang telah jatuh tempo.
 - Membukukan transaksi dan yang tidak dilakukan oleh teller dan bagian lainnya (seperti pemindahbukuan, aktiva-pasiva).
 - Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
 - Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional.

n. Driver / Pengemudi

- Ringkasan Pekerjaan
 - Mengemudikan dan merawat kendaraan bank
- Tugas dan Tanggung jawab
 - Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
 - Bertanggung jawab kepada Ketua Bagian Umum dan Personalia.

o. Pramubakti

- Ringkasan Pekerjaan
 - Membantu pengarsipan, menjaga kebersihan dan inventarisasi dokumen bank
- Tugas dan Tanggung jawab
 - Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
 - Bertanggung jawab kepada Ketua Bagian Umum dan Personalia.

p. Satuan Pengamanan

- Ringkasan Pekerjaan
 - Melaksanakan penjagaan gedung dan seisinya serta bertanggung jawab pada keamanan bank.
- Tugas dan Tanggung jawab
 - Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian.
 - Bertanggung jawab kepada Ketua Bagian Umum dan Personalia.

8. Sistem operasional BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap

Dalam penghimpunan dana, BPRS BAS menggunakan dua prinsip, yaitu prinsip *wadi'ah yad dhomanah*, yang diaplikasikan pada tabungan *wadi'ah* dan prinsip *mudharabah muthlaqoh*, yang diaplikasikan pada produk deposito mudharabah dan tabungan mudharabah (Tabungan Umum, Tabungan Haji, dan, Tabungan. Qurban. (<http://bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>, 2012),

Selain itu, bank syariah (BPRS BAS) juga mempunyai sumber dana lain yang berasal dari modal sendiri (core capital). Semua penghimpunan dana atau sumber dana tersebut dicampur menjadi satu, dalam bentuk pooling dana. Dalam penghimpunan dana inilah bank syari'ah sangat berperan sebagai manajer investasi dari pemilik dana yang telah dihimpun, khususnya pemilik dana mudharabah.

1. Produk Penghimpunan Dana

a. Tabungan

1) Tabungan Wadi'ah

Tabungan Wadi'ah merupakan aplikasi dari produk tabungan murni yang merupakan bentuk penghimpunan dana (funding) yang dilakukan oleh pihak bank dari pihak (nasabah) yang memiliki kelebihan dana. Wadi'a sendiri dalam Fiqh Muamalah merupakan akad titipan murni dari seseorang kepada orang lain untuk menjaganya. Wadi'ah dibagi menjadi dua jenis yaitu :

a) *Wadi'ah yad Amanah*

Merupakan akad penitipan barang/ harta benda yang mana objek titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh orang yang dititipi. Asal dari akad ini merupakan akad yang berlandaskan kebajikan kepada orang lain sehingga orang

yang dititipi tidak boleh mengambil manfaat ataupun fee / ujroh dari orang yang menitipi.

b) *Wadi'ah yad Dhomanah*

Merupakan akad penitipan harta benda dari seseorang kepada orang lain yang mana orang yang dititipi boleh memanfaatkan barang tersebut dan boleh meminta fee/ujroh akan tetapi jika ada kerusakan atau kehilangan pihak yang menerima pinjaman harus menanggung segala bentuk resiko yang berkenaan dengan objek titipan.

Dasar hukum dari akad wadi'ah adalah Q.S. An Nisa : 58

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

Artinya :

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.

Tabungan wadi'ah yang ada di BPRS Bumi Artha Sampang (BAS) merupakan simpanan pihak ketiga pada bank (perorangan atau badan hukum dalam mata uang rupiah) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu, dengan menggunakan media slip penarikan atau pemindah bukuan lainnya. Di tabungan ini penabung mendapat bonus tabungan setiap bulannya sesuai ketentuan bank. BPRS Bumi Artha Sampang memakai akad wadi'ah *yad dhomanah* yang berarti semua dana yang dititipkan nasabah boleh di operasikan oleh bank melalui kegiatan financing. Akan tetapi BPRS BAS tidak memungut biaya administrasi dari nasabah untuk setiap

bulannya. Sistem bonus dipakai oleh pihak manajemen bank sebagai bentuk imbalan yang diberikan bank untuk nasabah sebagai kompensasi dari dana yang telah dititipkan. System bonus ini tidak ada batas maksimal atau minimalnya karena ditetapkan oleh Dewan Direksi BAS yang disesuaikan dengan keuntungan yang diperoleh pihak bank.

Nasabah yang ingin membuka rekening hanya diminta untuk menyerahkan syarat pembukuan tabungan wadiah sebagai berikut (Dokumen BPRS Bumi Artha Sampang) :

- a) Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
- b) Mengisi formulir aplikasi tabungan wadi'ah
- c) Setoran pertama minimal Rp 10.000

2) Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah adalah jenis simpanan pada bank yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dalam mata uang rupiah dan penarikannya dapat dilakukan dengan cara tertentu. Tabungan ini bersifat investasi, sehingga nasabah berhak mendapat bagi hasil sesuai dengan nasabah atau sesuai kesepakatan yang disepakati.

Produk tabungan Mudharabah di BPRS Bumi Artha Sampang terbagi menjadi empat produk (Dokumen BPRS Bumi Artha Sampang) yaitu :

1. Tabungan Umum

- a) Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
- b) Mengisi formulir aplikasi tabungan mudharabah
- c) Setoran pertama minimal Rp 100.000 (setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000)
- d) Penarikan dana dibatasi 4x perbulan

2. Tabungan Badan

- a) Fotocopy legalitas perusahaan
 - b) Mengisi formulir aplikasi tabungan mudharabah badan
 - c) Setoran pertama minimal Rp 100.000 (setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000)
 - d) Penarikan dana dibatasi 4x perbulan
3. Tabungan Qurban
- a) Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
 - b) Mengisi formulir aplikasi tabungan mudharabah qurban
 - c) Setoran pertama minimal Rp 100.000 (setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000)
4. Tabungan Haji atau Umroh
- a) Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
 - b) Mengisi formulir aplikasi tabungan mudharabah haji atau umroh
 - c) Setoran pertama minimal Rp 500.000 (setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000)
 - d) Penarikan dana disertai keterangan yang mendukung

b. Deposito Mudharabah

Deposito mudharabah adalah jenis simpanan berjangka dengan akad bago hasil dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang setelah jatuh tempo akan di berlakukan sama dengan baru. Bila pada saat akad telah di cantumkan perpanjangan otomatis tidak perlu di perbaharui akad baru. Jangka waktu yang berlaku adalah 3 bulan , 6 bulan, 12 bulan.

Adapun syarat untuk membuka deposito mudharabah yaitu :

- a) Fotocopy identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
- b) Mengisi formulir aplikasi deposito mudharabah
- c) Minimal investasi Rp. 1.000.000

2. Produk Penyaluran Dana

Dana bank syariah yang telah dihimpun disalurkan dengan pola penyaluran dana yang dibenarkan sesuai syari'ah. Secara garis besar, penyaluran dana di BPRS Bumi Artha Sampang (<http://bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>, 2012) meliputi

1) Prinsip bagi hasil

a. Pembiayaan Mudharabah

Pembiayaan mudharabah adalah kerjasama antara bank bank selaku pemilik modal dengan nasabah yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil keuntungan dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati.

Dalam pembiayaan mudharabah, bank melakukan kerjasama dengan nasabah, diman bank memberikan kepercayaan berupa modal untuk melakukan investasi dalam suatu jenis usaha untuk dikelola oleh nasabah, dengan perjanjian keuntungan yang didapatkan akan dibagi antara bank dengan pengelola sesuai kesepakatan. Dalam pembiayaan mudharabah ini, bank ataupun nasabah (pengelola), mempunyai kontribusi dalam usaha. Bank berkontribusi dengan modal, sedangkan nasabah berkontribusi dengan keahlian yang dimiliki untuk mengelola dana. Selain itu, kedua pihak juga harus menanggung risiko dari kemungkinan ruginya usaha yang dijalankan. Sebagai bentuk kehati-hatian bank, maka bank

mengharuskan setiap nasabah yang mendapat pembiayaan dari bank untuk memberikan jaminan.

Jangka waktu yang digunakan dalam kontrak mudharabah tergantung pada kesepakatan antara bank dan nasabah. Kontrak ini digunakan untuk tujuan dagang jangka pendek. Untuk jangka waktu pembiayaan mudharabah di PT BPRS Bumi Artha Sampang lebih cenderung untuk pembiayaan dalam jangka waktu pendek, minimal 1 bulan dan maksimal 2,5 tahun. Penetapan nisbah mudharabah BPRS BAS dilakukan dengan metode profit-loss sharing dimana pembagian keuntungan bagi tiap pihak dilakukan setelah penghitungan laba bersih. Angsuran pembayaran pokok dilakukan diakhir perjanjian, sedangkan pembayaran angsuran bagi hasilnya disetorkan setiap bulan (disesuaikan dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah). Penetapan minimal profit margin di BPRS BAS tergantung dari sektor usaha nasabah, apabila sektor usaha nasabah bergerak dalam bidang perdagangan, minimal profit marginnya 10%, dalam bidang jasa minimalnya 20%.

b. Pembiayaan Musyarakah (Kerjasama Permodalan)

Musyarakah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi modal dengan ketentuan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung sesuai dengan kesepakatan di awal. Musyarakah biasanya diaplikasikan untuk pembiayaan proyek dimana nasabah dan bank sama-sama menyediakan dana untuk membiayai proyek tersebut. Setelah proyek itu selesai, nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati.

Pembiayaan musyarakah pada PT BPRS Bumi Artha Sampang (BAS) lebih cenderung untuk pembiayaan

dalam jangka waktu pendek, minimal 3 bulan dan maksimal 2,5 tahun. Hal ini dikarenakan permintaan dari nasabah. Secara aplikasi yang dilakukan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) BAS, musyarakah merupakan sebuah kerjasama antara bank dan nasabah, yang mana bank setuju untuk membiayai proyek usaha secara bersama-sama dimana nasabah berperan sebagai inisiator proyek dengan suatu jumlah berdasarkan prosentase tertentu dari jumlah total biaya proyek dengan dasar pembagian keuntungan dari hasil yang diperoleh dari usaha atau proyek tersebut berdasarkan prosentase bagi hasil yang telah ditetapkan. Penetapan nisbah untuk pembiayaan musyarakah, PT. BPRS BAS didasarkan pada kesepakatan antara bank dan nasabah, yang ditentukan di awal akad, hal ini dilakukan agar tidak terjadi perselisihan dengan mitra. Apabila terjadi perubahan nisbah juga harus berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

2) Prinsip jual beli

a. Piutang Murabahah (Jual Beli)

Murabahah adalah jenis pembiayaan untuk transaksi jual beli barang dimana pihak penjual (Bank) dan pembeli (Nasabah) masing-masing mengetahui harga pokok barang dan tambahan keuntungan/ margin sesuai dengan kesepakatan serta sistem pembayaran dilakukan secara tangguh atau angsuran.

3) Prinsip kebajikan yang mana diaplikasikan dalam pembiayaan qardh.

a. Qardh

Qardh adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali, dengan kata lain, qardh adalah meminjamkan harta kepada seseorang tanpa

mengharapkan imbalan. Pembiayaan qardh pada BPRS Bumi Artha Sampang (BAS) diterapkan pada pembiayaan yang bersifat sosial, seperti: biaya anak sekolah, biaya rumah sakit, biaya ziarah keluarga yang meninggal, dan biaya hajatan.

Pembiayaan qardh ini diberikan kepada nasabah yang telah terbukti loyalitas dan bonafiditasnya kepada bank yang membutuhkan dana talangan segera untuk masa yang relatif pendek yakni maksimal 18 bulan. Dana qardh pada BPRS BAS bersumber dari Dana Pihak Ketiga (DPK).

Atas penyaluran tersebut akan diperoleh pendapatan dari prinsip jual beli lazim yang disebut dengan margin atau keuntungan. Selain itu, pendapatan bank juga berasal dari pembiayaan dengan prinsip bagi hasil yang mana akan menghasilkan bagi hasil. Sementara itu, tabungan dengan prinsip wadi'ah akan menghasilkan bonus yang diberikan kepada nasabah pemilik rekening tabungan.

Penghasilan bank juga diperoleh dari hasil (upah) atas jasa yang dilakukan bank kepada nasabah, seperti jasa perpanjangan STNK, pembayaran pajak objek yang menjadi jaminan nasabah kepada pihak bank (objek jaminan), dll. Pendapatan atas jasa yang dilakukan bank sepenuhnya menjadi milik bank dan tidak dibagikan kepada nasabah. Adapun syarat-syarat dari beberapa pengajuan pembiayaan diatas adalah :

Tabel 3.6

Syarat Pengajuan Pembiayaan

Syarat Umum	Syarat Khusus	Jaminan
<ul style="list-style-type: none"> - Fotocopy KTP suami istri - Fotocopy Kartu Keluarga - Fotocopy buku nikah - Fotocopy berkas keterangan usaha -Fotocopy dan asli berkas agunan 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pegawai Negeri - Fotocopy slip gaji/ keterangan penghasilan - Fotocopy sk pengangkatan pertama dan terakhir - Surat keterangan masa kerja / pegawai swasta - Surat kuasa potong gaji dan bendahara -Surat keterangan dari bendahara yang berwenang ✓ Pengusaha/CV/ PT/ Koperasi - NPWP, SIUP, TDP, SIUJK, atau Surat Keterangan Usaha dari desa - Surat Pernyataan dari Komisaris / Pengurus - AD/ART - Neraca Laba Rugi 3 bulan terakhir - Surat Persetujuan dari pengurus ke pengelola 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fotocopy BPKB atas nama sendiri dilampiri fotocopy STNK (masih milik sendiri) rangkap 2 ✓ Fotocopy BPKB bukan atas nama sendiri (milik sendiri) - Dilampiri FC STNK (rangkap 2) - FC kwitansi pembelian bermaterai Rp 6.000,- (rangkap 2) - FC KTP pemilik (nama yang tercantum di BPKB) rangkap 2 - 3 lembar kwitansi kosong 1 lembar bermaterai Rp 6.000,- dan semuanya ditandatangani pemilik (nama yang tercantum di BPKB) ✓ FC Sertifikat Hak Milik atas nama sendiri dilampiri SPPT (masih menjadi milik sendiri) rangkap 2 Keterangan: - Usaha yang layak dibiayai adalah yang baik dan halal, dan minimal sudah berjalan selama 2 tahun. - Bank berhak menolak pengajuan pembiayaan tanpa harus menjelaskan alasannya.

B. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Nasabah Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap

Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia bisnis menuntut setiap perusahaan untuk lebih serius dan bekerja keras dalam usaha memenangkan persaingan melalui peningkatan kualitas barang dan jasa yang dihasilkan. Oleh sebab itu faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dari nasabah untuk menggunakan jasa perbankan syariah, sangat penting diperhatikan oleh pihak manajemen perbankan demi kelangsungan dan tetap eksisnya lembaga tersebut.

Untuk meningkatkan jumlah nasabah di dunia perbankan tentu tidak luput dari peran seorang funding officer. Funding officer adalah petugas penghimpun dana dari pihak ketiga yang memiliki tujuan meningkatkan dana pihak ketiga di sebuah BPRS . Dana pihak ketiga adalah komponen penting dalam sebuah bank terlebih bagi BPRS. Funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang telah menerapkan tahap-tahap yang baik dalam menerapkan strategi untuk meningkatkan nasabahnya. Rasa kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu baik atau tidaknya dapat terlihat dari banyaknya jumlah nasabah, apabila jumlah nasabah semakin meningkat berarti strategi yang diterapkan sudah baik dan benar.

Dari banyaknya perbankan yang ada, BPRS Bumi Artha Sampang merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat. Berdirinya BPRS Bumi Artha Sampang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat sekitar dengan mengutamakan prinsip dan sistem syariah. Sasaran utamanya adalah peningkatan penyediaan modal usaha bagi perkembangan UMKM yang dijalani. Berdasarkan data dari BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap, berikut penulis sajikan data jumlah nasabah penabung di BPRS Bumi Artha Sampang

Kantor Kas Cimanggu, Cilacap dalam 5 tahun terakhir (Dokumen BPRS Bumi Artha Sampang) :

Tabel 3.6

Jumlah data nasabah periode 2015-2019

No	Tahun	Pertambahan Nasabah	Jumlah Nasabah
1	2015	108	453
2	2016	128	581
3	2017	144	725
4	2018	184	909
5	2019	154	1063

Data di atas menunjukkan pertambahan jumlah nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap dalam 5 periode. Dapat di lihat berdasarkan data petambahan jumlah nasabah di 5 tahun terakhir, tiap tahunnya tidak selalu berada di grafik pertambahan yang terus naik, walaupun jumlahnya naik. Di tahun 2015 jumlah pertambahan nasabah 108 orang, dan total nasabah ada 453 orang. Tahun 2016 bertambah 128 orang, dan total nasabah menjadi 581 orang, dapat di simpulkan ada kenaikan pertambahan nasabah 20 orang , dari 2015 bisa memperoleh 108 orang, kemudian 2016 bisa memperoleh 128 orang. Namun di tahun 2017 hanya bisa mendapat nasabah sejumlah 144 orang , yang berarti target pertambahan menurun karena hanya selisih 16 orang dari tahun 2016. Kemudian melesat naik di 2018, funding officer berhasil mendapatkan nasabah 184 orang , yang berarti bertambah 40 orang dari yang awalnya 2017 hanya mendapat 144 orang. Dan di 2019 turun drastis karena hanya mendapat nasabah sebanyak 154 orang.

Menurut hasil wawancara bersama Mas Agus selaku funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap, hal itu bisa terjadi karena di tahun 2015 BPRS mendapat nasabah 108 orang karena saat itu kita mengadakan undian tabungan berhadiah, saat itu masih

di pegang oleh Pak Enggar dan karyawan lain, kemudian berpengaruh baik di 2016 menjadi ikut naik, maka dari itu ada penambahan 20 orang dari yang awalnya 108 orang menjadi 128 orang , kemudian di 2017 funding officer hanya bisa mendapat 144 orang , iya memang tidak mengalami peningkatan , dari yg bisa bertambah 20 , ini hanya bisa bertambah 16 orang , meskipun jumlah target total selalu naik, itu dikarenakan marketing pindah , jadi ada kekosongan yang mengakibatkan account officeir harus double job, itu alasan kenapa tidak bisa maksimal dalam pencarian nasabah, kemudian saya masuk di 2017 ahir, dan di 2018 kita mengadakan grebek pasar , hasilnya kita cukup banyak mendapat nasabah dengan peningkatan yang cukup baik, lalu alasan kenapa di tahun 2019 turun drastis dan hanya bisa mendapat 154 nasabah , karena mendekati ahir 2019 saya habis kontrak dan tidak melakukan perpanjangan , disitu terjadi lagi account officer harus double job selama belum ada pengganti funding officer, maka dari itu terjadi penurunan karena tidak bisa maksimal dalam mencari nasabah (Agus, 2021).

Funding Officer memiliki target minimal pencapaian di setiap bulannya. Ada dua jenis yaitu target jumlah orang dan target nominal , untuk target orang , funding officer minimalnya mendapat 5 orang/bulan agar bisa mencapai target, sedangkan jika nominal minimal adalah Rp. 120.000.000/bulan. Maka dari itu seorang funding officer harus memiliki strategi dan sasaran target pasar dalam upaya terus meningkatkan jumlah nasabahnya. Sasaran target untuk mendapatkan nasabah yaitu yang sudah pasti adalah masyarakat di lingkungan sekitar kantor , kemudian ke pedagang di pasar desa yang berada di sekitaran BPRS, ke kantor lembaga instansi, blusukan ke desa-desa untuk menggandeng organisasi dan masyarakat, dan ke pengurus masjid , karena memudahkan kita untuk bersosialisai kepada jama'ah majelis ta'lim yang ada disana untuk kita memasarkan produk tabungan haji dan tabungan qurban (Agus, 2021).Strategi funding officer yang sudah diterapkan di BPRS Bumi Artha

Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap tentunya tidak kalah dengan strategi pemasaran yang dijalankan bank-bank lain.

a. Undian Tabungan Berhadiah

Undian bisa di laksanakan untuk menarik nasabah, baik baru maupun lama untuk menambah saldo tabungannya. Terkait dengan undian dan hadiah dari undian tersebut, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (“DSN-MUI”) mengeluarkan Fatwa Nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 tentang Hadiah dalam Penghimpunan Dana Lembaga Keuangan Syariah (“Fatwa DSN 86/2012”). Lembaga Keuangan Syariah yang dimaksud adalah lembaga yang melakukan pengumpulan dana berupa tabungan, giro, dan deposito dengan akad wadiah dan mudharabah. Fatwa ini mengatur mengenai hadiah yang dapat diberikan oleh Lembaga Keuangan Syariah (“LKS”), seperti ketentuan hukum tentang hadiah dan cara penentuan penerima hadiah. Undian atau qur’ah didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan dalam menentukan pihak yang berhak untuk mendapatkan sesuatu berupa hadiah yang dilakukan tanpa adanya unsur keberpihakan dan di luar jangkauan melalui media tertentu. Undian di dalam Al-Quran disebutkan dalam Surat As-Saffat ayat 139-141:

وَإِنَّ يُونُسَ لَمِنَ الْمُرْسَلِينَ (١٣٩) إِذْ أَبَقَ إِلَى الْفُلِّ الْمَشْحُونِ (١٤٠) فَسَاءَ لَهُمْ فَكَانَ مِنَ الْمُدْحَضِينَ (١٤١)

Artinya : Sesungguhnya Yunus benar-benar salah seorang Rasul; Ingatlah ketika ia lari ke kapal yang penuh muatan; Kemudian ia ikut berundi, lalu ia termasuk orang-orang yang kalah dalam undian.

Berdasarkan definisi dan dasar hukum di atas, secara umum tidak ada dasar yang melarang dilakukannya undian dalam Islam. Sebab, undian sebagaimana definisi dari Fatwa DSN-MUI hanya merupakan suatu cara yang netral untuk mendapatkan “pemenang” atau dalam hal ini orang yang berhak menerima hadiah. Sehingga, pada dasarnya undian tidak bertentangan dengan syariat Islam. Hal ini juga

ditegaskan dalam Bagian Keempat Fatwa DSN 86/2012 bahwa pemberian hadiah promosi oleh lembaga keuangan syariah boleh dilakukan secara langsung, dan boleh pula dilakukan melalui pengundian (qur'ah). Oleh karena undian sebagaimana yang ditanyakan dilakukan oleh bank syariah, tentunya pelaksanaan dari undian ini harus mengikuti ketentuan-ketentuan syariah dan tidak boleh melanggar hukum Islam maupun hukum positif, termasuk Fatwa DSN 86/2012. Terkait ketentuan mengenai hadiah, Fatwa DSN 86/2012 mengatur di antaranya bank syariah harus memiliki sendiri hadiah tersebut dan bukan milik nasabah, yang berarti bukan berasal dari hasil penempatan dana dari nasabah atau iuran dari nasabah. Hadiah juga harus berupa barang/jasa dan bukan uang, halal, dan apabila hal ini berkaitan dengan akad wadiah, maka hadiah diberikan sebelum terjadinya akad. Mengundi nasib memang merupakan hal yang dilarang oleh Allah SWT sebagaimana firman-Nya dalam Al-Quran Surat Al-Maidah ayat 90, yang artinya berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.

Ketentuan-ketentuan yang diatur dalam Bagian Ketiga Fatwa DSN 86/2012 yang kami kutip di atas adalah sebagai cara yang digunakan untuk mencegah adanya praktik judi atau maisir yang dapat timbul dari pelaksanaan undian. Maisir bermakna suatu bentuk permainan yang mengandung unsur taruhan dan orang yang menang dalam permainan itu berhak mendapat taruhan tersebut. Sedangkan dalam Fatwa DSN 86/2012, *maisir* memiliki makna setiap akad yang tidak memiliki tujuan yang jelas, perhitungan yang tidak cermat, adanya asumsi atau untung-untungan. Dengan adanya kewajiban bahwa sumber hadiah

dari undian wajib bersumber dari milik bank itu sendiri, maka hal ini akan mencegah adanya pihak yang kehilangan hasil kontribusinya, yang dalam hal ini bisa dianalogikan sebagai bentuk taruhan. Sebab apabila ada pihak yang berkontribusi atas hadiah tersebut, maka ia akan bertaruh untuk mendapatkan keuntungan atas taruhannya, dan undian tersebut menjadi mengandung unsur maisir yang dilarang oleh syariat Islam (Asokawati, 2021).

Undian tabungan berhadiah pertama kali dilakukan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap pada tahun 2015. (Enggar, 2020). Strategi ini memang cukup efektif untuk menarik minat nasabah, dapat kita lihat penambahan jumlah nasabah di tahun 2015 cukup banyak. Namun untuk ke depannya belum tau akan di laksanakan lagi atau tidak, karena selain mengurus segala persiapannya yang cukup memakan waktu, juga tergantung bagaimana keputusan dari pusat, karena untuk melaksanakan strategi ini butuh dana yang tidak sedikit untuk di keluarkan. (Agus, 2021).

b. Grebek Pasar

Grebek pasar, adalah metode penawaran langsung kepada calon nasabah penabung baru untuk membuka rekening, dan menjadi penabung aktif. Bagi yang membuka rekening dan menjadi penabung aktif, maka langsung mendapatkan paket sembako. Funding officer terjun ke kios-kios pasar untuk mengenalkan dan memasarkan produk dan kemudian membagikan sembako secara langsung.

Grebek pasar pertama kali di lakukan pada tahun 2012, kita membuat stand di pasar dengan membuka paket sembako senilai Rp. 100.000, paket tersebut sudah berisi beras, minyak, gula dll. Orang yang membeli paket tersebut tidak hanya mendapat sembako, tetapi sekaligus bisa membuka rekening tabungan dan menjadi nasabah tabungan di BPRS Bumi Artha Sampang. Pemilihan sembako sebagai alat untuk menarik nasabah ini karena di daerah Cimanggu dan sekitarnya masih banyak pedesaan, dimana masyarakatnya lebih

mementingkan kebutuhan pokok seperti makanan dari pada kebutuhan tersier seperti barang-barang atau sovenir, karena masyarakat desa didominasi oleh masyarakat menengah ke bawah (Enggar, 2020).

Strategi ini sudah ada sejak lama mulai dari tahun 2012, namun dalam penerapannya di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap masih jarang dilakukan, Meskipun dalam praktiknya strategi ini mempunyai keunggulan dalam meningkatkan jumlah nasabah secara langsung baik dalam produk pembiayaan atau pun penghimpunan dana (Enggar, 2020) . Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu grebek pasar terakhir diadakan pada tahun 2018 bertempat di pasar Cilumuh, kemudian sampai sekarang tidak berlanjut karna ada kendala yaitu orang-orang di pedesaan khususnya , mau menabung tetapi dengan iming-iming berupa barang yang akan bank beri kepada si nasabah tersebut.

c. *Canvassing*

Canvassing adalah suatu kegiatan terencana yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan penawaran, pendistribusian, dan mencari pesanan penjualan pada layanan jasa atau produk barang. Di dalamnya juga mencakup penyampaian dan mengumpulkan informasi tertentu dari pihak pengecer atau konsumen. Salah satu cara kerja dari seorang *canvasser* adalah dengan melakukan penjualan secara langsung atau *door to door* dengan para pelanggan dalam menjual produk barang atau jasa nya. *Canvasser* juga adalah salah satu bagian dari distributor dalam melakukan pemasaran dan juga distribusi produk barang atau jasa. Umumnya, *canvasser* lebih sering melakukan pemasaran dengan menggunakan kendaraan roda dua atau roda empat. Mereka juga tentu akan melakukan distribusi dan pemasaran pada target yang lebih besar daripada sales pada umumnya.

Keuntungan yang bisa diraih oleh pebisnis dalam memiliki *canvasser* di perusahaan adalah lebih mudah dalam melakukan distribusi dan pemasaran pada pelanggan yang berada di daerah

pelosok atau daerah yang kurang mampu dijangkau oleh pihak distributor. Oleh karena itu, banyak juga perusahaan yang melakukan investasi lebih banyak dalam hal ini. Pebisnis yang sadar akan pentingnya sales untuk perusahaan akan mencoba memberikan berbagai fasilitas dan juga bonus yang besar untuk *canvasser* agar bisa mempertajam mata tombak perusahaannya. Alasan Digunakannya Metode *Canvassing*

1) Mempercepat Penetrasi Produk Ke Pasar

Dengan melakukan penjualan secara langsung, maka tidak akan ada waktu yang terbuang karena proses pemindahan barang dan administrasi dari gudang produsen ke gudang distributor. *Canvassing* adalah salah satu cara yang sesuai untuk diterapkan di perusahaan berskala kecil hingga sedang, yang mana pada bisnisnya hanya bergerak pada satu kota atau dalam satu provinsi maupun satu wilayah saja. Selain itu, pihak produsen juga bisa menempatkan karyawan *canvasser* nya di tempat distributor agar bisa mendistribusikan barang yang telah dibeli oleh distributor ke seluruh wilayah, khususnya wilayah yang tidak bisa dijangkau oleh tim penjualan pihak distributor tersebut.

2) Pemerataan Distribusi Produk

Metode *canvassing* sangat berguna sekali untuk meratakan tingkat distribusi sebuah produk. Kadang kala, ada distributor yang merasa cukup bila sudah mampu memperoleh keuntungan tertentu walaupun berasal dari sedikit konsumen saja. Untuk itu, dengan menggunakan *canvassing*, maka tim *canvasser* nantinya akan menyebarkan produk di berbagai area secara rata berdasarkan *journey plan* yang sebelumnya sudah ditetapkan. Sehingga, produk pun akan lebih mudah diperoleh konsumen.

3) Umpan Balik Dari Pasar (*Market Feedback*) yang Lebih Akurat

Salah satu tugas penting dari tim *canvasser* adalah melakukan pendataan di suatu daerah ataupun wilayah yang

dikunjunginya. Data ini bisa berbentuk luas toko, alamat lengkap toko, dan juga data konsumen lain. Bahkan, konsumen pun bisa memberikan saran atau kritik pada produk ataupun jasa yang digunakannya. Pendataan yang dilakukan oleh tim *canvasser* ini nantinya bisa langsung disampaikan pada pihak produsen, sehingga akan jadi lebih akurat daripada hanya mengandalkan data atau info dari distributor saja.

4) Kemungkinan Datangnya Prospect Yang Lebih Tinggi

Bila Anda sudah menemukan orang yang tepat untuk menjadi konsumen atau pelanggan Anda, maka cara yang paling tepat adalah menggunakan metode *canvassing*. Kenapa? Karena Anda bisa berkomunikasi secara langsung dengan calon pelanggan Anda. Dengan Adanya komunikasi ini, Anda bisa mengarahkan konsumen lebih jauh agar calon pelanggan mau menggunakan produk atau layanan Anda.

Metode *canvassing* ini juga memiliki beberapa kekurangan :

1) Biaya Operasional Menjadi Lebih Tinggi

Salah satu hal yang harus Anda pertimbangkan dengan teliti saat memutuskan untuk menggunakan metode *canvassing* adalah biaya operasional. Anda harus mempertimbangkan gaji, upah lembur, sampai insentif dari tim *canvasser* anda. Setiap *canvasser* ini pastinya mempunyai *team leader* dan juga *supervisor* yang bertanggung jawab pada hasil kerja sales *canvasser*. Untuk itu, hal ini akan membuat biaya operasional perusahaan menjadi lebih besar.

2) Proses yang Melelahkan

Canvassing adalah salah satu metode yang memerlukan proses yang cukup panjang dan terhitung sangat melelahkan dalam melakukannya. Tidak jarang, setiap perusahaan yang menerapkan metode ini harus terus melakukan proses rekrutmen agar bisa menutupi keperluan SDM dalam menggunakan cara ini.

3) Kurang Disukai Konsumen

Selain sangat melelahkan, sebenarnya cara ini juga mulai kurang disukai para konsumen. Kenapa? Karena dengan persaingan bisnis yang saat ini semakin ketat dan meningkat, konsumen bisa menerima telepon penawaran marketing yang sangat banyak. Hal ini tentunya akan membuat banyak konsumen jenuh dan pebisnis pun tidak bisa memperoleh hasil yang diharapkan.

4) *Success Rate* yang Rendah

Kekurangan lain dari metode *canvassing* adalah rendahnya tingkat kesuksesan yang mampu dihasilkannya. Seorang *canvasser* mungkin bisa saja menghubungi ataupun mengunjungi puluhan calon pelanggan agar bisa mendapatkan hasil penjualannya. Namun, meskipun sudah melakukan cara semaksimal tersebut, belum tentu ada calon pelanggan yang tergoda.

5) Kontrol Stok Barang dan Setoran Penjual Menjadi Kurang Baik

Kerugian seperti ini bisa disebabkan karena kelalaian *canvasser* yang menghilangkan barang, salah menghitung uang saat melakukan transaksi, jumlah uang yang disetor ke admin tidak sama dengan jumlah yang sudah terjual, dan masih banyak lagi.

6) Kesalahan Penyampaian Informasi Produk

Kesalahan ini bisa diakibatkan karena kurang atau minimnya pelatihan pada tim *canvasser*, sehingga bisa menyebabkan kesalahan dalam menyampaikan informasi produk dan juga layanan ke toko pengecer dan juga konsumen.

7) *Canvasser* Bisa Memainkan Harga

Seorang *canvasser* berpulang menjual jenis atau tipe produk yang sedang lari diatas harga patokan yang sebelumnya sudah ditentukan oleh produsen atau yang sudah disepakati bersama dengan tim distributor. Sebaliknya, bila produk yang dijual adalah produk stok milik distributor, maka dengan seizin

pemilikinya, *canvasser* bisa menjual produk yang kurang laris di bawah harga patokan yang sebelumnya sudah ditentukan agar bisa menghabiskan stok saja. Kegiatan ini akan menyebabkan adanya fluktuasi harga di pasar yang akan berdampak negatif pada konsumen dan juga produsen.

8) Distributor Akan Menjadi Lebih Malas

Adanya tim *canvasser* yang direkrut oleh pihak produsen, maka pihak distributor akan merasa sangat terbantu dan kerap terlena, sehingga tidak mempunyai beban dalam melakukan distribusinya. Pada akhirnya, beban atau keberhasilan suatu produk di pasar akan berpindah dari pihak distributor, selaku pemilik barang atau produk, ke konsumen.

Metode *canvassing* yang dilakukan funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap dengan membagikan brosur secara langsung turun ke pasar-pasar dan lingkungan sekitar, memperkenalkan kepada masyarakat tentang adanya BPRS Bumi Artha Sampang kemudian mengajak masyarakat agar mau menjadi nasabah penabung. *Canvassing* dilakukan setiap 2 kali dalam sebulan. Ini merupakan strategi yang paling efektif karena lebih irit biaya di banding yang lainnya , disini funding officer hanya menyebarkan brosur di tempat yang cukup strategis atau di tempat keramaian, lalu menjelaskan tentang siapa BPRS Bumi Artha Sampang, apa saja produk yang di miliki dan lain-lain (Agus, 2021).

d. Jemput Bola

Strategi jemput bola ini dilakukan oleh funding officer sebagai salah satu cara mempermudah nasabah untuk mengakses layanan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap. Layanan jemput bola ini memiliki persyaratan yang cukup mudah, cukup menjadi nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang. Jemput bola dilakukan setiap hari untuk menarik tabungan atau

setoran kepada nasabah baik di pasar maupun di rumah-rumah. Keuntungan hadirnya layanan ini bagi bank ialah untuk menarik minat nasabah funding untuk menabung pada BPRS Bumi Artha Sampang, sedangkan untuk nasabah, layanan ini mempermudah mereka karena nasabah tidak perlu datang ke bank jika ingin menabung, sehingga dapat menghemat waktu serta biaya nasabah.

Strategi funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap yang selama ini diterapkan tidak kalah dengan strategi pemasaran yang dijalankan bank-bank lain. dalam menjaga kepercayaan nasabah penabung dengan tidak melakukan fraud, petugas Funding Officer sekarang di lengkapi dengan HP kolektor yang memiliki aplikasi setoran tunai secara *real time*. Jadi, secara otomatis data di lapangan langsung tersambung dengan kantor (Enggar, 2020).

Dari penjelasan tersebut dapat kita ketahui bahwa funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang telah menerapkan tahap-tahap yang baik dalam menerapkan strategi untuk meningkatkan nasabahnya. Rasa kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat terhadap BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap dapat terlihat dari banyaknya jumlah nasabah. Namun itu semua tidak luput dari berbagai kendala. Jarak menjadi kendala funding officer dalam mencari nasabah, Kecamatan Cimanggu cukup luas, dengan jarak antara desa satu ke desa lainnya yang cukup jauh dan akses jalannya kurang baik dan dengan jam oprasional 6 jam/hari, kita harus bisa bekerja semaksimal mungkin agar bisa mencapai target harian dengan mengunjungi pasar kemudian ke beberapa wilayah yang ada untuk melakukan penarikan tabungan atau bahkan setoran. Itu menjadi kendala utama karena banyak memakan waktu d perjalanan. Dan ada beberapa cara yang dilakukan funding officer agar tetap menjaga citra nama baik di mata masyarakat tentunya, terutama untuk tetap menjalin tali silaturahmi yang baik dengan para nasabahnya. Yang pertama utamakan tujuan, apa tujuan funding officer mendatangi calon nasabah, kemudian

lakukan pelayanan seramah mungkin, karena apabila kita bersikap ramah pasti akan mendapat respon yang baik pula dari orang lain , lalu yang terpenting jangan membandingkan bank kita dengan bank lain, lebih baik sebisa mungkin menjelaskan kelebihan bank kita tanpa merendahkan kekurangan bank lain, dan seorang funding officer harus memiliki wawasan yang luas untuk membantu tetap menjaga kepercayaan nasabah (Agus, 2021).



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan yang telah dipaparkan di atas mengenai Strategi Pemasaran Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode yang digunakan menggunakan analisis data metode deskriptif kualitatif, penelitiannya menggunakan pengumpulan data analisis bukan statistik yang bersifat untuk mengembangkan teori. Strategi marketing yang diterapkan lebih mengutamakan pada hubungan kedekatan emosional, kedekatan emosional ini yang membuat para nasabah menjadi merasa nyaman. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori *Philip Kotler*, yaitu yang dimaksud strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan menjadi tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan budget untuk pemasaran, yang kemudian penulis jadikan acuan untuk bahan penelitian.

Menurut hasil wawancara bersama Pak Enggar selaku Account officer di BPRS Bumi Artha Sampang , strategi yang digunakan oleh Funding Officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap sangat beragam, antara lain : Undian tabungan berhadiah yang di laksanakan untuk menarik minat nasabah, baik nasabah baru maupun lama untuk menambah saldo tabungannya. Gerebek pasar yang merupakan metode penawaran langsung kepada masyarakat untuk membuka rekening dengan cara membeli paket sembako kemudian nasabah bisa mendapatkan sembako sekaligus membuka rekening tabungan. *Canvvasing*, yaitu metode promosi dengan membagikan brosur di tempat keramaian. Jemput

bola / *pick up* tabungan, disaat nasabah tidak bisa berkunjung ke bank, maka funding officer akan berkunjung kerumah nasabah sekaligus untuk menjalin silaturahmi dan hubungan baik dengan nasabah . Kemudian untuk menjaga kepercayaan nasabah penabung dengan tidak melakukan *fraud*, maka petugas funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang, sekarang d lengkapi dengan HP kolektor yg memiliki aplikasi setoran tunai secara *real time*. Kemudian menurut hasil wawancara bersama Mas Agus selaku funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu , Cilacap pada periode 2017-2019, strategi yang paling efektif adalah *canvassing* karena lebih irit biaya di banding yang lainnya , disini funding officer hanya menyebarkan brosur di tempat yang cukup strategis atau di tempat keramaian, lalu menjelaskan tentang siapa BPRS Bumi Artha Sampang, apa saja produk yang di miliki dan lain-lain. Dan kendala ada pada jarak, karena Kecamatan Cimanggu cukup luas, dengan jarak antara desa satu ke desa lainnya yang cukup jauh dan akses jalannya kurang baik

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan diatas, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Bagi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas, Cimanggu Cilacap

Suasana yang kondusif dan kekeluargaan yang telah terjalin baik antar karyawan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap sebaiknya tetap di pertahankan atau bahkan lebih ditingkatkan sehingga bisa menambah rasa etos kerja dan kekompakan di kantor.

Untuk strategi pemasaran , bisa juga melakukan trobosan *out of the book*, contoh menjadi sponsor utama dalam acara besar, kemudian saat pembagian doorprize ketika nama bank yang menjadi sponsor utama di sebut, maka akan banyak masyarakat yang mengenal dan mengetahui bahwa ada BPRS Bumi Artha Sampang, mungkin cara ini bisa membantu metode *canvassing* yang hanya *door to door* membagikan brosur kepada masing-masing orang. Semoga dalam perjalanan BPRS Bumi Artha

Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap bisa bekerja dan beribadah untuk membantu sesama yang berprinsip tolong menolong dengan menerapkan sistem bagi hasil yang menguntungkan kedua belah pihak serta selalu meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh penulis membuat penulis sadar bahwa dalam penelitian ini terdapat banyak kekurangan, maka dari itu untuk peneliti selanjutnya bisa lebih banyak meneliti mengenai perbankan syariah terutama pada strategi pemasaran yang diberikan oleh bank syariah dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah. Karena perkembangan perbankan syariah di Indonesia masih terbilang cukup lambat, dan pelayanan yang diberikan belum maksimal sesuai dengan harapan nasabah. Sehingga dengan diadakannya penelitian-penelitian lain akan menciptakan kepercayaan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Sumber buku

- Amrin, a. (2007). *strategi pemassaran asuransi syariah*. jakarta: grasindo.
- Kasmir. (2016). *Dasar-dasar perbankan edisi revisi 2014*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Liswati. (2018). *Prodik kreatif dan kewirausahaan teknik komputer jaringan untuk smk/mak kelas 12*. Jakarta: PT Gramedia widiasarana Indonesia.
- Saparso, S. W. (2019). *Loyalitas nasabah bank syariah : studi atas religitas, kualitas layanan, trust, dan loyalitas*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R& D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumiyati, S. d. (2019). *XII, Produk kreatif dan kewirausahaan akuntansi dan keuangan lembaga untuk smk/mak kelas*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- umar, h. (2001). *strategic manajemen in action*. Jakarta: pt gramedia pustaka utama.

Sumber Artikel Jurnal

- Pauji, N. H. (2015). STRATEGI PEMASARAN FUNDING OFFICER DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH . *Jurnal Ekonomi Islam Vol. 6 No. 2*.
- Hendri Triandini Universitas Prof. Muhammadiyah Dr. Hamka. (2013) PENGARUH LAYANAN JEMPUT BOLA PRODUK FUNDING TERHADAP DPK DAN JUMLAH NASABAH: STUDI PADA BPRS ARTHA KARIMAH IRSYADI. *Jurnal Etikonomi Vol. 12 No. 2*

Sumber Berita Online

- Asokawati, A. R. (2021, Maret 29). *Bolehkah Bank Syariah Mengadakan Undian Berhadiah?* Dipetik Juli 12, 2021, dari Hukum Online.com: <https://m.hukumonline.com/klinik/detail/lt60617a8d02b1f/bolehkah-bank-syariah-mengadakan-undian-berhadiah/>
- <http://bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>. (2012, Juni 16). *bumi artha sampang : profil*. Dipetik Desember 23, 2019,

dari Blogspot.com:

<http://bprsbumiarthasampang2007.blogspot.com/2012/06/sejarah-bank.html>

zaki. (2020, juli 25). *pengertian marketing funding adalah : manfaat, tanggungjawab, tips*. Dipetik juni 2, 2021, dari rocket manajemen: <https://rocketmanajemen.com/marketing-funding-cara-efektif-atasi-pendanaan/>

Sumber Skripsi / Tugas Akhir

Dina Amalia, 2018, “Mekanisme marketing funding dan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip marketing syariah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Sendawar” Skripsi, UII Yogyakarta.

Novi Fransiska, 2017, “Penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah terhadap BPRS Mitra Agro Usaha Di Bandar Lampung” Skripsi, UIN Raden Intan Lampung

U’ut Utomo, 2017, “Analisis Penerapan Strategi *Marketing Funding* Pada KSPPS BMT Tumang Cabang Solo” Skripsi, IAIN Surakarta

Avinda Mutiara Hikmah, 2017 “Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Ib Syariah Pada Pt. Bprs Buana Mitra Perwira Di Purbalingga” Tugas Akhir, IAIN Purwokerto

Sumber Berita Wawancara

Agus, M. (2021, Juli 26). Strategi Pemasaran Funding Officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap. (Hana, Pewawancara)

Enggar. (2020, Juni 20). Strategi Pemasaran Funding Officer di BPRS Bumi Artha Sampang. (Hana, Pewawancara)

Pedoman Wawancara

1. Wawancara via telfon dengan Pak Enggar Setya W ,selaku Account Officer di BPRS Bumi Artha Sampang , 20 Juni 2020

Hana Putri : Menurut bapak seperti apa gambaran tugas funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang?

Enggar Setya : funding officer merupakan petugas penghimpun dana dari pihak ketiga yang memiliki tujuan meningkatkan dana pihak ketiga di sebuah BPRS . Dan dana pihak ketiga itu adalah komponen penting dalam sebuah bank terlebih bagi BPRS.

Hana Putri : Apakah ada strategi khusus agar funding officer dalam memasarkan produk-produknya selalu meningkatkan jumlah nasabahnya?

Enggar Setya : Tentu saja ada, ada beberapa kiat bagi BPRS dalam menjaga nasabah penabung yang sudah eksis, maupun merekrut nasabah penabung baru, yaitu undian tabungan berhadiah, gerebek pasar , jemput bola dan *canvassing*. Dari sekian cara untuk meningkatkan nasabah penabung, perlu di garis bawahi, bahwa BPRS berbeda dengan bank umum, maka pelayanan tabungan harus bisa lebih dari bank umum.

Hana Putri : Lalu bagaimana strtategi pemasaran funding officer dalam menjaga kepercayaan nasabah agar tidak melakukan fraud?

Enggar Setya : dalam menjaga kepercayaan nasabah penabung dengan tidak melakukan fraud ,petugas Funding Officer sekarang di lengkapi dengan HP kolektor yang memiliki aplikasi setoran tunai secara real time. Jadi, secara otomatis data di lapangan langsung tersambung dengan kantor.

Hana Putri : sejak mulai kapan di berlakukannya strategi grebek pasar dan bagaimana konsepnya?

Enggar Setya : Grebek pasar pertama kali di lakukan pada tahun 2012, kita membuat stand di pasar dengan membuka paket sembako senilai Rp. 100.000, paket tersebut sudah berisi beras, minyak, gula dll. Orang yang membeli paket tersebut tidak hanya mendapat sembako , tetapi skaligus bisa membuka rekening tabungan dan menjadi nasabah tabungan di BPRS Bumi Artha Sampang

Hana Putri : Kapan mulai dilakukan undian tabungan berhadiah?

Enggar Setya : Undian tabungan berhadiah khususnya di kantor kas cimangu , mulai pertama kali dilakukan pada tahun 2015 dan sampai sekarang belum pernah lagi , karena membutuhkan dana yang lumayan besar.

2. Wawancara dengan Mas M. Agus Al Mahfuri. M, selaku funding officer di BPRS Bumi Artha Sampang , 26 Juli 2021

Hana Putri : Berapa lama menjadi Funding Officer di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap?

M. Agus A.M.M : Kurang lebihnya 2 tahun

Hana Putri : Dimana saja tempat yang dijadikan sasaran target pasar untuk mendapatkan nasabah?

M. Agus A.M.M : Di lingkungan sekitar kantor itu sudah pasti , kemudian ke pedagang di pasar desa yang berada di sekitaran BPRS, ke kantor lembaga instansi, blusukan ke desa-desa untuk menggandeng organisasi dan masyarakat, dan ke pengurus masjid , karena memudahkan kita untuk bersosialisai kepada jama'ah majelis ta'lim yang ada disana untuk kita memasarkan produk tabungan haji dan tabungan qurban.

Hana Putri : Dari wawancara sebelumnya , saya sudah mengetahui bahwa strategi pemasaran yang di gunakan di BPRS Bumi Artha Sampang untuk menambah jumlah nasabahnya itu ada 4 , menurut anda sebagai funding officer ,di

antara ke empat strategi itu, mana strategi yang paling efektif dalam meningkatkan jumlah nasabah dan apa alasannya?

M. Agus A.M.M : Menurut saya *canvassing*, karena lebih irit biaya di banding yang lainnya , disini kita hanya menyebarkan brosur di tempat yang cukup strategis atau di tempat keramaian, lalu menjelaskan tentang siapa kita, apa saja produk yang kita miliki dll, sedangkan jika undian tabungan atau grebek pasar kita harus menggunakan dana bank lebih banyak untuk segala persiapan dan memenuhi keperluan lainnya , dan untuk jemput bola / *door to door* jika untuk mencari nasabah itu kurang efektif di masalah waktu, karena kita haru mengunjungi rumah satu persatu dan menjelaskan maksud dan tujuan kita.

Hana Putri : Apakah ada kendala dalam menjalankan strategi-strategi ini? Kalau ada, kira-kira apa saja kendalanya?

M. Agus A.M.M : Tentu saja ada , kendalanya adalah jarak , Kecamatan Cimanggu cukup luas, dengan jarak antara desa satu ke desa lainnya yang cukup jauh dan akses jalannya kurang baik dan dengan jam oprasional 6 jam/hari, kita harus bisa bekerja semaksimal mungkin agar bisa mencapai target harian dengan mengunjungi pasar kemudian ke beberapa wilayah yang ada untuk melakukan penarikan tabungan atau bahkan setoran. Itu menjadi kendala utama karena banyak memakan waktu d perjalanan.

Hana Putri : Seberapa sering melakukan *canvassing* / undian tabungan berhadiah / grebek pasar / jemput bola?

M. Agus A.M.M : *Canvassing* dilakukan setiap 2 kali dalam sebulan, undian tabungan berhadiah dan grebek pasar dilakukan tergantung kebijaksanaan dari pusat karena membutuhkan anggaran yang tidak sedikit, dan jemput bola dilakukan setiap hari untuk menarik tabungan atau setoran kepada nasabah baik di pasar maupun di rumah-rumah.

Hana Putri : menurut wawancara sebelumnya , di BPRS Bumi Artha Sampang pertama kali melakukan grebek pasar di tahun 2012, lalu kapan terakhir

di lakukan grebek pasar di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap? Apakah ada kendala?

M. Agus A.M.M : Iya , grebek pasar terahir diadakan pada tahun 2018 bertempat di pasar Cilumuh, kemudian sampai sekarang tidak berlanjut karna ada kendala yaitu orang-orang di pedesaan khususnya , mau menabung tetapi dengan iming-iming berupa barang yang akan bank beri kepada si nasabah tersebut.

Hana Putri : Lalu kapan terahir BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu ,Cilacap melaksanakan strategi undian tabungan berhadiah?

M. Agus A.M.M : Undian tabungan berhadiah untuk pertama dan terahir kalinya di lakukan pada tahun 2015, dan untuk ke depannya belum tau akan di laksanakan lagi atau tidak, karena selain mengurus segala persiapannya yang cukup memakan waktu ,juga tergantung bagaimana keputusan dari pusat , karena untuk melaksanakan strategi ini butuh dana yang tidak sedikit untuk di keluarkan.

Hana Putri : Berapa target yang harus di capai seorang funding officer tiap bulannya?

M. Agus A.M.M : Ada dua jenis yaitu target jumlah orang dan target nominal , untuk target orang , funding officer minimalnya mendapat 5 orang/bulan agar bisa mencapai target, sedangkan jika nominal minimal adalah Rp. 120.000.000/bulan.

Hana Putri : Apakah selalu mencapai target setiap bulannya?

M. Agus A.M.M : Tentu saja tidak, karena ada kendala-kendala yang membuat target tidak tercapai, seperti yang sudah saya jelaskan di awal.

Hana Putri : Bagaimana upaya agar bisa kembali sesuai target?

M. Agus A.M.M : Menurut saya dengan melakukan pengembangan wilayah, namun kembali lagi dengan jarak dan waktu yang harus di tempuh.

Hana Putri : Berdasarkan data penambahan jumlah nasabah di 5 tahun terahir, tiap tahunnya tidak selalu berada di grafik yang terus naik, di tahun 2015 jumlah penambahan nasabah 108 orang, dan total nasabah ada 453 orang , tahun

2016 bertambah 128 orang, dan total nasabah menjadi 581 orang, dapat di simpulkan ada kenaikan pertambahan nasabah 20 orang , dari 2015 bisa memperoleh 108 orang, kemudian 2016 bisa memperoleh 128 orang, namun mengapa di tahun 2017 hanya bisa mendapat nasabah sejumlah 144 orang , yang berarti target pertambahan menurun karena hanya selisih 16 orang dari tahun 2016, kemudian melesat naik di 2018, funding officer berhasil mendapatkan nasabah 184 orang , yang berarti bertambah 40 orang dari yang awalnya 2017 hanya mendapat 144 orang , dan di 2019 turun drastis karena hanya mendapat nasabah sebanyak 154 orang. Pertanyaan saya , mengapa itu bisa terjadi ?

M. Agus A.M.M : Baik saya jelaskan , di tahun 2015 BPRS mendapat nasabah 108 orang karena saat itu kita mengadakan undian tabungan berhadiah, saat itu masih di pegang oleh pak enggar dan karyawan lain, kemudian berpengaruh baik di 2016 menjadi ikut naik, maka dari itu ada pertambahan 20 orang dari yang awalnya 108 orang menjadi 128 orang , kemudian di 2017 funding officer hanya bisa mendapat 144 orang , iya memang tidak mengalami peningkatan , dari yg bisa bertambah 20 , ini hanya bisa bertambah 16 orang , meskipun jumlah target total selalu naik, itu dikarenakan marketing pindah , jadi ada kekosongan yang mengakibatkan account officeir harus double job, itu alasan kenapa tidak bisa maksimal dalam pencarian nasabah, kemudian saya masuk di 2017 ahir, dan di 2018 kita mengadakan grebek pasar , hasilnya kita cukup banyak mendapat nasabah dengan peningkatan yang cukup baik, lalu alasan kenapa di tahun 2019 turun drastis dan hanya bisa mendapat 154 nasabah , karena mendekati ahir 2019 saya habis kontrak dan tidak melakukan perpanjangan , disitu terjadi lagi account officer harus double job selama belum ada pengganti funding officer, maka dari itu terjadi penurunan karena tidak bisa maksimal dalam mencari nasabah.

Hana Putri : Baik terimakasih, kemudian apa produk funding yang paling diminati dan mengapa banyak nasabah yang tertarik pada produk tersebut?

M. Agus A.M.M : Produk tabungan yang paling banyak diminati masih produk tabungan wadiah , karena persyaratannya sangat ringan dan baik setoran awal

maupun nominal minimal menabung pun sangat terjangkau di kalangan masyarakat.

Hana Putri : Bagaimana cara yang dilakukan funding officer agar tetap menjaga citra nama baik di mata masyarakat tentunya, terutama untuk tetap menjalin tali silaturahmi yang baik dengan para nasabahnya.

M. Agus A.M.M : Yang pertama utamakan tujuan, apa tujuan funding officer mendatangi calon nasabah , kemudian lakukan pelayanan seramah mungkin, karena apabila kita bersikap ramah pasti akan mendapat respon yang baik pula dari orang lain , lalu yang terpenting jangan membandingkan bank kita dengan bank lain, lebih baik sebisa mungkin menjelaskan kelebihan bank kita tanpa merendahkan kekurangan bank lain, dan seorang funding officer harus memiliki wawasan yang luas untuk membantu tetap menjaga kepercayaan nasabah.



IAIN PURWOKERTO

Lampiran Dokumen Wawancara dengan M. Agus Al Mahfury. M selaku funding officer BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu, Cilacap pada tahun 2017-2019

Sidareja , 26 Juli 2021



Lampiran Blangko Bimbingan

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-636624, Fax: 0281-636653; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id



IAIN PURWOKERTO

BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Hana Putri Rahmawati
 NIM : 1617203023
 Prodi/Semester : Manajemen Perbankan Syariah / X
 Dosen Pembimbing : Iin Solikhin, M.Ag
 Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Funding Officer Dalam Meningkatkan Nasabah Di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Desember 2019	Jumat / 20	Menyerahkan proposal dan disuruh menyelesaikan semua dari Bab 1-10	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	Juli 2021	Selasa / 13	Menyerahkan hasil tugas akhir	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	Juli 2021	Minggu / 18	Acc Tugas akhir untuk di upload.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
dist					




*) diisi pokok-pokok bimbingan;
 **) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 17 Juli 2021
 Pembimbing,

[Signature]
Iin Solikhin, M.Ag

NIP. 197208052001121002

Lampiran Sertifikat

 <p>IAIN PURWOKERTO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p>	<p>KEMENTERIAN AGAMA R.I. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM</p> <p>Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Telp. (0281) 635624, Fax. 636553 Purwokerto 53126 Website : www.febiiainpurwokerto.ac.id; Email: febiiainpurwokerto@gmail.com</p>
<h3>SERTIFIKAT</h3> <p>Nomor : 164C/In.17/D.FEBI/PP.009/5/2019</p>	
<p>Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktik Kerja Lapangan (PKL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, menerangkan bahwa :</p>	
<p>N a m a</p>	<p>: Hana Putri Rahmawati</p>
<p>N I M</p>	<p>: 1617203023</p>
<p>Jurusan / Prodi</p>	<p>: Manajemen Perbankan Syariah</p>
<p>Telah mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto periode Semester Genap TA. 2018/2019 di</p>	
<p>BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Kas Cimanggu Cilacap</p>	
<p>Mulai dari bulan Januari s.d. April 2019 dan dinyatakan LULUS dengan Nilai A</p>	
<p>Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Tugas Akhir</p>	
<p>Mengetahui Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,</p>  <p>Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. NIP. 19730921 200212 1 004</p>	<p>Purwokerto, 08 Mei 2019 Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,</p>  <p>N. Soehyudin, Lc., M.Si. NIP. 19691009 200312 1 001</p>

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوبورتو
الوحدة لتنمية اللغة



IAIN PURWOKERTO www.iaipurwokerto.ac.id

عننوان: شارع جنديرال أحمد يولاني رقم: ٥٣٦٦، هاتفه (٢٨) ٦٣٤٦٤-٦٣٤٦٤

الشهادة

رقم: UPT. Blw17.000/PP.000/778

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

الاسم: هنا فوتري رحوماني

القسم: MPS

قد استحق/استحققت الحصول على شهادة إجادة اللغة العربية بجميع مهاراتها على المستوى المتوسط وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها الوحدة لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

58
100
IAIN PURWOKERTO
(القبول)

22 سبتمبر 2016

الوحدة لتنمية اللغة،



المكثور صبور AG
رقم الوطني: 19670307 199303 1 005



**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

IAIN PURWOKERTO

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iainpurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

Number: In.22/UPTP.Bhs/PP.00.9/7771/2016

This is to certify that :

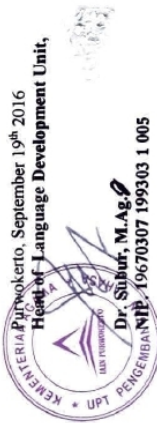
Name : **HANA PUTRI RAHMAWATI**
Study Program : **MPS**

Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language Development Unit with result as follows:

IAIN PURWOKERTO

SCORE: **56** GRADE: **FAIR**

KEMENTERIAN Agama, September 19th 2016
Head of Language Development Unit,



Dr. Sunar, M.Ag.
NIP. 19670307 199303 1 005



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/011/2018

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

HANA PUTRI RAHMAWATI
1617203023

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	84
2. Tartil	80
3. Tahfidz	70
4. Imlia'	70
5. Praktek	80

NO SERI: MAJ-R-2018-557

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 15 November 2018

Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I.
NIP. 19570521 198503 1 002

PANITIA OPAK 2016

DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO

Kantor: Gedung Kemahasiswaan Lt-1 Jl. A. Yani No. 40-A Purwokerto Utara



SERTIFIKAT

NO: 193/A1/Pan.OPAK/IX/2016

diberikan kepada:

HANA PUTRI RAHMAWATI

sebagai

P E S E R T A

Dalam Kegiatan **Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2016** yang Diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Dengan Tema ; **"Revitalisasi Pemikiran menuju Mahasiswa Unggul, Islami, dan Berkeadilan"** Pada Tanggal 29 Agustus - 01 September 2016 di IAIN Purwokerto.

dengan nilai :

Kepemimpinan	85	Kekutifan	86	Kehadiran	88	Kedisiplinan	83	Kesopanan	84	Rata-rata	82,2
--------------	----	-----------	----	-----------	----	--------------	----	-----------	----	-----------	------

Mengetahui,

Ketua DEMA-1

Muhammad Nalmuadin Malkan

Muhammad Nalmuadin Malkan

NIM. 1223301207



H. Supriyanto, Lc., M.Si.
NIP. 19740326 199903 1 001

Ketua Panitia

Muhammad Anas

Muhammad Anas

NIM. 1323204019

SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Arahan, Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



No. IN.17/UPT-TIPD/2360/III/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

HANA PUTRI RAHMAWATI
NIM: 1617203023

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap, 03 September 1998

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	80 / B+



Purwokerto, 14 Februari 2021
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 2005011 003

