

**PENERAPAN SEGMENTASI PASAR SYARI'AH
PADA PRODUK PEMBIAYAAN MUSYARAKAH
DI BPRS KHASANAH UMMAT KEMBARAN-BANYUMAS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Kepada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.Md.)**

Oleh :
IMRO'ATUL MUTIAH
NIM. 1123204032

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PURWOKERTO
2015**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN SEGMENTASI PASAR SYARI'AH
PADA PRODUK PEMBIAYAAN MUSYARAKAH
DI BPRS KHASANAH UMMAT KEMBARAN-BANYUMAS**

Penyusun : Imro'atul Mutiah

NIM : 1123204032

Purwokerto,

Penguji I

Penguji II

Bani Syarif Maula, M.Ag.

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.

NIP. 19750620 200112 1 003

NIP. 19781231 200801 2 027

Pembimbing/Penguji III

Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

Ketua Jurusan,

Ketua Program Studi,

Drs. Syufa'at, M.Ag.

NIP. 19630910 199203 1 005

Ahmad Dahlan, M.S.I.

NIP. 19731014 200312 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imro'atul Mutiah
NIM : 1123204032
Jenjang : Diploma III/ DIII
Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Prodi : DIII Manajemen Perbankan Syari'ah

Menyatakan bahwa naskah Tugas Akhir "Penerapan Segmentasi Pasar Syari'ah Pada Produk Pembiayaan Musyarakah di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas" ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar akademik yang saya peroleh.

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 28 November 2014
Saya yang menyatakan,

Imro'atul Mutiah
NIM. 1123204032

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Ketua STAIN Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari Imro'atul Mutiah, NIM: 1123204032 yang berjudul: **Penerapan Segmentasi Pasar Syari'ah Pada Produk Pembiayaan Musyarakah di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas**

saya berpendapat bahwa tugas akhir tersebut sudah dapat diajukan kepada Ketua STAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Ahli Madya dalam Bidang Manajemen Perbankan Syari'ah (A. Md.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Purwokerto, 10 Desember 2014

Pembimbing,

Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007



REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir dari mahasiswa:

Nama : Imro'atul Mutiah
NIM : 1123204032
Jurusan/ Program/Semester : Syari'ah dan Ekonomi Islam/D III MPS/ VII
Judul Tugas Akhir : **Penerapan Segmentasi Pasar Syari'ah Pada Produk Pembiayaan Musyarakah di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas**

Menerangkan bahwa Laporan Tugas Akhir mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan setelah yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik yang telah ditetapkan.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk menjadikan maklum dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 18 November 2014

Mengetahui,
Ketua Jurusan,

Dosen Pembimbing

Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I.
NIP. 198511122009122007

MOTTO

“Urusan kita dalam dunia ini bukan untuk mendahului orang lain, tapi untuk melampaui diri sendiri, untuk memecahkan rekor kita sendiri, dan untuk melampaui hari kemarin dengan hari ini”

(Stuart B. Johnson)



IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *alhamdulillahirobbil'alamin*, penulis persembahkan karya ini untuk:

1. Kehadirat-Mu yaa *Rabb*, Tuhan semesta alam. Berkat ridlo-Mu, hamba dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar. Semoga yang hamba dapat adalah ilmu yang bermanfaat dunia akhirat. *Amin*.
2. Kepada baginda Nabi agung Muhammad SAW., semoga syafa'atmu menyertai perjuangan kami sebagai umatmu.
3. Kepada kedua orang tua penulis, Ibunda tercinta Siti Taslimah dan Ayahanda Tabingan Sidiq yang paling penulis banggakan, yang telah membimbing penulis dalam melewati proses masa kecil hingga saat ini, yang selalu memberi dukungan, nasihat, kasih sayang, dan memenuhi segala kebutuhan penulis. Semoga pengorbanan, doa dan keikhlasannya dalam mendidik anak-anaknya diberikan balasan yang terbaik dari Allah SWT. *Amin*.
4. Segenap keluarga besar penulis tercinta, yang selalu memberikan dorongan semangat dan doa yang penulis butuhkan, serta bagi kakak-kakak yang penulis sayangi dan banggakan, Muhammad Irfangi, Achmad Khoerul Anam, dan Lukluk Atun Nafisah. Serta adik-adikku tercinta, Ulil Albab dan Inganatul Ngiza, tetap semangat dalam menuntut ilmu, dan raih anganmu setinggi mungkin.
5. Keluarga besar pengasuh PP. Al-Hikmah 2 Sirampog Brebes, yang selalu saya harapkan barakah ilmunya.

6. Keluarga besar pengasuh PP.Ath-Thohiriyah, yang selalu saya harapkan barakah ilmunya.
7. Sahabat-sahabat santri PP. Ath-Thohiriyah yang selalu membawa keceriaan, semangat dan motivasi bagi penulis. Tetap semangat dalam mengaji, dan khususnya bagi teman-teman *tahfidz* tetap semangat, dan pantang mundur. Para pengurus putra maupun putri, pak Lurah Imam beserta anggotanya. Mba Ika, Mba Nisa, Tiyas, Mba Dudut, Nafis, Enung, Mba Mita, Aini, Mba Fatma, Janah, Mba Ulun, Mba Onah dan Machya, Yuni, juga Mba Umi Mar'ah dan Mba Cece yang telah mukim duluan, terimakasih atas segalanya, kalian yang kreatif, aneh, unik, lucu, kocak, kadang gila juga, tapi baik. Tetap teguh pada semangat pengabdian, meluhurkan ilmu duniawi maupun ukhrawi. Lanjutkan perjuanganmu..! dan sukses selalu.
8. Keluarga besar MPS angkatan 2011, terimakasih atas segalanya. AMMPERA selalu dikenang diiringi semangat berkobar teman-teman. Pokoknya selalu semangat..! *good luck!*

Permohonan maaf penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis namun sampai saat ini penulis belum mampu untuk membalasnya. Semoga Allah meridhoi segala kebaikan yang diberikan dan memberikan balasan yang setimapaal. *Amin.*

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Atas Nama Allah Yang Maha pengasih dan Maha penyayang. Segala puji bagi-Nya, pencipta segenap alam raya atas segala nikmat dan karunia-Nya. Salam sejahtera semoga senantiasa terlimpah kepada insan mulia Nabi Agung Muhammad SAW., beserta sanak keluarganya dan para sahabatnya serta siapa saja yang mengikuti syariatnya dengan ihsan sampai akhir masa.

Rasa syukur penulis panjatkan atas limpahan rahmat, barokah dan ridho Allah SWT Tuhan semesta alam, sehingga penulis dapat menyusun laporan tugas akhir ini, yang berjudul **“Penerapan Segmentasi Pasar Syari’ah Pada Produk Pembiayaan Musyarakah di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas”**.

Penulisan Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya prodi Manajemen Perbankan Syari’ah STAIN Purwokerto. Disamping itu, Tugas Akhir ini juga diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah wawasan bagi setiap individu yang membacanya.

Selama proses penyelesaian penulisan tugas akhir ini banyak ditunjang dengan bantuan tenaga, pemikiran baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini dengan kerendahan hati haturkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Kehadirat_Mu yaa Allah, Tuhan pencipta sekaligus penguasa segenap alam semesta.

2. Junjungan dan suri tauladan kepercayaan_Mu, Rasulullah Muhammad SAW., yang tak sedikitpun kami letih merindukannya.
3. Bapak Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M. Ag., selaku Ketua STAIN Purwokerto.
4. Bapak Drs. H. Munjin, M.Pd.I., Wakil Ketua I STAIN Purwokerto
5. Bapak Drs. H. Asdlori, M.Pd.I., Wakil Ketua II STAIN Purwokerto
6. Bapak H. Supriyanto, Lc., M.S.I., Wakil Ketua III STAIN Purwokerto.
7. Bapak Drs. H. Syufa'at, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Purwokerto.
8. Bapak Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Prodi Manajemen Perbankan Syari'ah.
9. Bapak H. Akhmad Faozan, Lc, M.Ag.,selaku Pembimbing Akademik Manajemen Perbankan Syari'ah.
10. Ibu Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I., selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, semoga kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. *Amien*.
11. Pimpinan dan karyawan BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas tempat penulis melaksanakan penelitian. Terima kasih atas waktu yang telah disediakan dan data serta penjelasan yang diberikan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam Penulisan Laporan Tugas Akhir.

Teriring do'a semoga amal yang telah kita lakukan menjadi amal yang tiada putus pahalanya, dan bermanfaat untuk kita baik di dunia maupun akhirat. *Amien*.

Akhirnya lewat Tugas Akhir ini, penulis ingin menyumbang secuil pengetahuan yang sekiranya dapat memberikan sebuah warna yang berbeda dalam menjawab tantangan zaman. Dan setidaknya penulis bangga jika pada Tugas Akhir ini dapat menjadi acuan dalam membuat Tugas Akhir yang lebih sempurna lagi. Dan terakhir, apa yang penulis telah lalui bukanlah sebuah akhir, akan tetapi awal dari munculnya tantangan yang lebih nyata.

Billahitaufiq wal hidayah.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Purwokerto, 28 November 2014

Penulis,

Imro'atul Mutiah
NIM. 1123204032

IAIN PURWOKERTO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	za	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik ke atas

غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

1) Vokal Tunggal (Monoftong)

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ـَ	fathah	A	A
ـِ	kasrah	I	I
ـُ	damah	U	U

Contoh:

كَتَبَ - *kataba*

يَذْهَبُ - *yazhabu*

فَاعَلَ - *fa'ala*

سُئِلَ - *su'ila*

2) Vokal Rangkap (Diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ	<i>Fathah</i> dan <i>ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
وُ	<i>Fathah</i> dan <i>wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh:

كَيْفَ - *kaifa*

هَوْلٌ - *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i>	\bar{A}	a dan garis di atas
...ي	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	\bar{I}	i dan garis di atas
و...ه	<i>ḍammah</i> dan <i>wawu</i>	\bar{U}	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - *qāla*

قِيلَ - *qīla*

رَمَى - *ramā*

يَقُولُ - *yaqūlu*

4. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat ḥarakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضة الأطفال	<i>Rauḍah al-Aṭfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

ربنا - *rabbanā*

نزل - *nazzala*

IAIN PURWOKERTO

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - al-rajulu

القلم -al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop.

Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuzūna</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
HALAMAN REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL/BAGAN.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Maksud dan Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	9
D. Metode Penulisan Laporan.....	10
E. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	13
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat BPRS Khasanah Ummat	14
B. Visi dan Misi BPRS Khasanah Ummat	14

C. Struktur Organisasi BPRS Khasanah Ummat.....	15
D. Sistem Operasional dan Produk-Produk BPRS Khasanah Ummat.....	22
BAB III PEMBAHASAN	
A. Tinjauan Tentang Pembiayaan <i>Musyarakah</i>	30
B. Tinjauan Tentang Segmentasi Pasar Syari'ah	40
C. Penerapan Segmentasi Pasar Syari'ah di BPRS Khasanah Ummat	50
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL/BAGAN

1. Tabel Presentase Jumlah Nasabah 6
2. Gambar Struktur Organisasi BPRS Khasanah Ummat 15



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Formulir Permohonan Pembiayaan
- Lampiran 3. Formulir Simple *Underwriting* Pernyataan Kesehatan Calon Peserta Kumpulan PT. Asuransi Takaful Keluarga
- Lampiran 4. Formulir Pernyataan Kesehatan Calon Peserta Kumpulan PT. Asuransi Takaful Keluarga
- Lampiran 5. Surat Kuasa Khusus
- Lampiran 6. Kartu Piutang Dan Pembiayaan
- Lampiran 7. Check List Tahapan Proses Pembiayaan
- Lampiran 8. Data Pribadi (Customer Information File)
- Lampiran 9. Slip Penarikan Tabungan
- Lampiran 10. Kwitansi Dan Bukti Setoran
- Lampiran 11. Memorandum Pengajuan Pembiayaan Mikro BPRS Khasanah Ummat
- Lampiran 12. Permohonan Pembukaan Tabungan
- Lampiran 13. Permohonan Pembukaan Deposito iB
- Lampiran 14. Surat dan Sertifikat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi suatu bangsa sudah seharusnya dibangkitkan oleh komponen-komponen bangsa untuk memenuhi seluruh hajat hidup rakyat dan meningkatkan taraf peradaban. Pembangunan ekonomi memerlukan pola pengaturan dalam urusan rumah tangga nasional untuk memenuhi seluruh kebutuhan hidup penduduk sehingga dapat menciptakan kesejahteraan umum dan mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai salah satu cita-cita bangsa. Lembaga perekonomian bergerak memajukan potensi ekonomi untuk mengoptimalkan kemanfaatannya. Lembaga keuangan, khususnya sektor perbankan secara eksistensi memiliki posisi strategis dalam fungsi sebagai perantara kebutuhan modal kerja dan investasi di sektor *riil* dengan pemilik dana. Perannya mampu meningkatkan keefektifan nilai uang dalam bidang ekonomi.¹

Lembaga keuangan di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu, bank syari'ah dan bank konvensional. Bank konvensional adalah lembaga keuangan yang dalam kegiatan operasionalnya menerapkan sistem bunga. Bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang dalam kegiatan operasionalnya tidak terdapat sistem bunga, melainkan menggunakan prinsip dasar yang sesuai dengan

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hlm. 1-2.

syari'ah islam yaitu menggunakan konsep imbalan maupun bagi hasil yang sesuai dengan akad-akad yang telah diperjanjikan.

Lahirnya bank syari'ah dijadikan sebagai salah satu solusi alternatif dalam menghadapi persoalan pertentangan antara bunga bank dan riba. Popularitas lahirnya bank islam di Indonesia pada tahun 90-an setelah adanya ketetapan Undang-Undang no. 7 tahun 1992, yang kemudian direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang sistem operasionalnya menggunakan sistem bagi hasil yang dikenal dengan nama bank syari'ah.²

Kegiatan operasional bank syari'ah dikembangkan berdasarkan Al-Qur'an.³ Diterangkan dalam Al-Qur'an pada surat al-baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba".

Ayat ini menegaskan bahwa untuk menghindari riba, setiap transaksi kelembagaan syari'ah harus dilandasi atas dasar sistem bagi hasil dan perdagangan. Sehingga kegiatan muamalah pada bank syari'ah berlaku prinsip ada barang/ jasa uang dengan barang, hal ini menjadi faktor pendorong

² Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, hlm. 14.

³ Ismail, *Perbankan Syari'ah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm 29.

kelancaran arus barang/ jasa dan menghindari adanya penyalahgunaan kredit, spekulasi, dan inflasi.⁴

Sebagai salah satu lembaga keuangan, bank syari'ah mempunyai fungsi sebagai lembaga perantara (*financial intermediary*) yaitu menghimpun dana masyarakat yang mengalami kelebihan dana (*surplus*) kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana (*deficit*) dalam bentuk pembiayaan. Pembiayaan merupakan salah satu jenis kegiatan bank syari'ah yang menjadi sumber utama pendapatan bank syari'ah.⁵

Pada sistem operasional bank syari'ah, pemilik dana menginvestasikan uangnya di bank dengan tidak mempunyai keinginan untuk mendapatkan bunga melainkan untuk mendapatkan bagi hasil melalui produk-produk yang telah tersedia di bank syari'ah.

Adapun produk-produk pembiayaan bank syari'ah yang sesuai dengan prinsip syari'ah, sebagai berikut :

1. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil, yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*.
2. Pembiayaan dengan prinsip jual beli (piutang), yaitu *murabahah*, *salam*, *istishna'*.
3. Pembiayaan dengan prinsip sewa menyewa, yaitu *ijarah*.
4. *Al-qardhul hasan*.⁶

Dari beberapa bentuk pembiayaan di atas, diketahui bahwa model pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* dalam aplikasinya menggunakan

⁴ Muhammad, *Bank Syari'ah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2006), hlm. 75.

⁵ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syari'ah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 41-43.

⁶ Muhammad, *Bank Syari'ah* (Yogyakarta: UPP AMP YPKN, 2005), hlm. 20.

prinsip bagi hasil (*profit sharing*) yang mana model inilah yang cenderung disukai dalam hukum islam. Di antara dua model pembiayaan tersebut, *mudharabah* merupakan metode *profit and loss sharing (PLS)* yang umum digunakan. Jika dilihat dari sudut pandang ekonomi, PLS yang umum digunakan untuk model pendanaan islam tidak selamanya murni bagi-rugi, hal ini disebabkan karena pemilik modal dianggap sebagai mitra yang kehilangan modal, sedangkan pihak lain kehilangan usahanya.

Antara *mudharabah* dan *musyarakah* mempunyai perbedaan yang tipis, jika dalam *mudharabah* pemilik modal (*shohibul maal*) memercayakan seluruh dananya kepada *mudharib* untuk melakukan aktivitas usaha yang telah disepakati, maka dalam *musyarakah* semua pihak terlibat dalam pengambilan keputusan *manajerial*. Karena dalam *musyarakah* semua pihak terlibat dalam pengadaaan sebuah kesepakatan untuk melakukan investasi bersama dan berbagi keuntungan serta risiko, maka perjanjian ini dianggap pantas dan perlu dikembangkan khususnya bagi kaum muslim. Yang dijadikan acuan oleh *musyarakah* adalah modal, partisipasi aktif dalam bisnis dan pertanggung jawaban *musyarakah*.⁷

Mudharabah dan *musyarakah* merupakan bisnis *natural uncertainty contract (NUC)* yaitu kontrak atau perjanjian usaha suatu proyek kerjasama yang secara alamiah tidak dapat ditentukan keuntungannya sebelum perjanjian tersebut dilaksanakan.⁸

⁷ Mervyn K Lewis Dan Lativa M. Algaoud, *Perbankan Syari'ah* (Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2004), hlm. 68.

⁸ *Ibid*, hlm. 177.

Pada hakikatnya, pembiayaan *mudharabah* murni sangat jarang dilakukan di industri perbankan syari'ah. Hal ini mengacu pada aplikasi *mudharabah* yaitu bank menyertakan modal dari nasabah giro *wadi'ah*, tabungan *mudharabah* maupun deposito *mudharabah* untuk dikelola oleh nasabah pembiayaan. Faktor inilah yang kemudian dijadikan sebab beberapa bank seringkali menggunakan akad *musyarakah* sebagai pembiayaan investasi. Selain itu, adanya risiko kerugian 100% yang ditanggung oleh bank syari'ah, membuat beberapa lembaga keuangan tersebut lebih memilih untuk menggunakan akad *musyarakah*, sehingga terdapat proporsi modal antara nasabah pembiayaan dan bank syari'ah.⁹

Tidak lain halnya dengan BPRS Khasanah Ummat, pembiayaan *mudharabah* sangat jarang bahkan sama sekali tidak dilakukan karena peminat pembiayaan ini masih langka. Pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil yang paling banyak dilakukan adalah pembiayaan *musyarakah*. Untuk dapat mempertahankan pembiayaan *musyarakah* ini perlu adanya upaya untuk meningkatkan minat nasabah supaya tidak terjadi hal yang sama dengan pembiayaan *mudharabah*.

⁹ Hasil wawancara dengan Deddy Purwinto, Kabid Marketing BPRS Khasanah Ummat pada hari Selasa, 21 Januari 2014 pukul 10.00 WIB.

Di BPRS Khasanah Ummat sendiri, presentase jumlah nasabah pembiayaan per 31 Desember 2013 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Nama Pembiayaan	Persentase
Pembiayaan <i>Murabahah</i>	60,3 %
Pembiayaan <i>Musyarakah</i>	28,9 %
Pembiayaan <i>Multijasa</i>	8,7 %
Pembiayaan <i>Qardh</i>	1,6 %
Pembiayaan <i>Ijarah</i>	0,6 %

Sumber: BPRS Khasanah Ummat

Dari tabel di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pembiayaan yang paling banyak dilakukan adalah pembiayaan *murabahah*. Kebanyakan para nasabah memilih pembiayaan ini karena mereka memahami dan merasa lebih mudah dalam aplikasinya, mengingat kebutuhan dan keinginan mereka dalam memenuhi kebutuhan secara mudah.

Pada dasarnya, *musyarakah* merupakan paling tidak secara prinsip sepenuhnya telah sesuai dengan prinsip-prinsip islam. Prinsip *musyarakah* dimasukkan ke dalam struktur modal bank-bank islam, sama dengan konsep kemitraan dan konsep kepemilikan saham gabungan yang modern. Sebenarnya, akad ini pantas dilakukan oleh para pengusaha yang membutuhkan bagi hasil. Berpandangan dari hal tersebut, bank-bank islam perlu mengembangkan pembiayaan berprinsip bagi hasil (*mudharabah* dan *musyarakah*).¹⁰

¹⁰ Mervyn K. Lewis & Lativa M. Algaoud, hlm. 72.

Mengingat bahwa bank syari'ah merupakan salah satu badan usaha yang berorientasi *profit*, maka untuk meraih keberhasilannya, bank syari'ah sangat memerlukan strategi pemasaran baik dalam memperkenalkan produk-produk bank syari'ah, upaya meningkatkan jumlah nasabah, dan menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Bank syari'ah perlu mengemas strategi pemasaran secara ampuh dan terpadu dalam memikat hati masyarakat untuk bermuamalah yang sesuai dengan ketentuan syari'at islam. Karena bank syari'ah berbeda dengan bank konvensional, maka dalam aplikasi pemasarannya bank syari'ah lebih didukung oleh pemasaran syari'ah (*syari'ah marketing*) sebagai bentuk upaya dalam mencapai kesuksesannya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara riset pasar secara terus-menerus.¹¹

Salah satu langkah strategi pemasaran syari'ah adalah segmentasi pasar syari'ah yang merupakan langkah awal yang menentukan keseluruhan aktivitas bank. Segmentasi pasar syari'ah digunakan oleh bank-bank syari'ah untuk melihat variabel-variabel yang berkembang di tengah masyarakat. Maka dari itu, bank harus kreatif dan inovatif dalam menyikapi perkembangan yang sedang terjadi. Dengan cara-cara yang kreatif dalam membagi-bagi pasar ke dalam beberapa segmen, bank dapat menentukan di mana mereka harus memberikan pelayanan terbaik dan di mana mereka mempunyai keunggulan kompetitif yang paling besar.¹²

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media, 2004), hlm. 60.

¹² Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm.165-166.

Perlunya mengaplikasikan segmentasi pasar syari'ah pada setiap bank syari'ah disebabkan karena di dalam suatu pasar terdapat banyak calon nasabah yang memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Setiap perbedaan tersebut mempunyai potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Sehingga, bank dalam menjual produknya kepada nasabah dengan cara membagi pasar menjadi beberapa jenis sesuai kriteria yang mereka inginkan. Setiap produk yang akan dipasarkan perlu memiliki ciri yang berbeda satu sama lain dengan keunggulan-keunggulan yang berbeda juga.

Sebagaimana halnya dengan BPRS Khasanah Ummat yang merupakan salah satu bank berbasis syari'ah mempunyai potensi melakukan segmentasi pasar syari'ah terhadap produk untuk mencapai kesuksesannya. Di tengah situasi persaingan yang semakin memuncak ini, BPRS Khasanah Ummat selain diarahkan untuk membidik rasio bank, juga harus bisa membidik hati dan jiwa calon nasabahnya. Dengan seperti ini, nasabah akan lebih terikat dan loyal terhadap produk bank.¹³

Dalam menghadapi persaingan antar bank syari'ah maupun bank konvensional yang semakin mengudara, BPRS Khasanah Ummat telah duduk dalam kategori sangat baik, prestasi ini harus dipertahankan, salah satu faktor pendorongnya adalah kekhasan dari BPRS itu sendiri dan bagaimana bank membaca selera masyarakat dan mampu menghadapi persaingan. Sudah menjadi barang tentu bahwa lembaga keuangan ini harus menggunakan *syari'ah marketing* dalam pelaksanaan operasionalnya.

¹³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, hlm. 171.

Dengan demikian, berdasarkan uraian-uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai segmentasi pasar syari'ah yang digunakan oleh BPRS Khasanah Ummat. Maka melalui laporan penulisan Tugas Akhir ini penulis mengambil judul: **“PENERAPAN SEGMENTASI PASAR SYARI’AH PADA PRODUK PEMBIAYAAN MUSYARAKAH DI BPRS KHASANAH UMMAT KEMBARAN-BANYUMAS ”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana penerapan segmentasi pasar syari'ah di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas?
2. Apakah penerapan segmentasi pasar syari'ah di BPRS Khasanah Ummat telah sesuai dengan *syari'ah marketing*?

C. Maksud Dan Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir

1. Maksud Penulisan

Maksud dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah penulis ingin menambah pengetahuan mengenai segmentasi pasar syari'ah, khususnya untuk penulis sendiri dan atau untuk pembaca pada umumnya. Yang mana dalam hal ini, penulis mencoba untuk membandingkan antara teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik yang terjadi di lembaga keuangan perbankan syari'ah.

2. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi tugas terstruktur sebagai syarat kelulusan program D-III Manajemen Perbankan Syariah STAIN Purwokerto, guna memperoleh gelar Ahli Madya. Selain itu, untuk mengetahui bagaimana segmentasi pasar syariah yang diaplikasikan oleh BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas.

D. Metode Penulisan Laporan

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian analisis deskriptif, yaitu metode yang digunakan untuk memecahkan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek/ obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang sesuai sebagaimana mestinya.¹⁴ Dalam hal ini, penulis menyusun dan menjelaskan data-data yang telah penulis dapat dari observasi di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas.

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data (primer) untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting diperoleh dalam metode ilmiah. Pada umumnya data yang

¹⁴ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press: 1998), hlm. 63.

dikumpulkan akan digunakan, kecuali untuk keperluan *eksploratif*, untuk menguji *hipotesa* yang telah dirumuskan. Data yang digunakan harus cukup *valid* untuk digunakan.¹⁵

Terdapat banyak teknik pengumpulan data, tapi teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi yaitu metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian yang dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung.¹⁶ Teknik ini sebagai alat pengumpulan data banyak digunakan untuk mengukur tingkah laku ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamati, baik dalam situasi sebenarnya maupun dalam situasi buatan.

Observasi yang penulis gunakan pada penulisan Tugas Akhir ini adalah observasi secara langsung. Dalam observasi ini, penulis mengamati langsung sistem operasional dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Dalam pengertian lain, wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas

¹⁵Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi: Dilengkapi Beberapa Alat Analisa dan Penuntun Penggunaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hlm. 133.

¹⁶Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 58.

mengumpulkan data dengan orang yang menjadi sumber data orang atau objek penelitian.¹⁷

Wawancara dalam suatu penelitian yang bertujuan mengumpulkan keterangan tentang hal-hal yang berkaitan dengan obyek penelitian, merupakan suatu pembantu utama dari teknik observasi.¹⁸ Untuk itu, penulis melakukan wawancara kepada beberapa karyawan di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas, khususnya wawancara mengenai data-data yang akan penulis gunakan dalam tugas akhir ini.

c. Dokumentasi

Pada pengumpulan data dengan metode dokumentasi ini, penulis mencari dan mengumpulkan data-data yang ada di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas, terutama data yang berkaitan dengan tugas akhir. Untuk melengkapi dokumentasi, data dapat diambil dari Al-Quran, hadits, buku, surat kabar ataupun lainnya yang berhubungan dengan tema laporan tugas akhir.

Jadi dapat disimpulkan, bahwa data yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir adalah data hasil observasi, wawancara langsung dengan karyawan bank, data yang diperoleh dari catatan yang dimiliki bank, data dari berbagai macam karya ilmiah, seperti buku dan yang lainnya.

¹⁷ *Ibid*, hlm. 62-63.

¹⁸ Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994), hlm. 129.

E. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan untuk kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma Tiga (DIII) MPS yaitu bertempat di BPRS Khasanah Ummat yang beralamat di Jalan Sunan Bonang No. 27 Tambaksari, Kembaran-Banyumas, serta di dua Kantor Kas BPRS Khasanah Ummat yang berada di Karanglewas, Jalan Kertawibawa No.9 Purwokerto Barat serta di Cerme, Jalan Raya Beji No.3A Purwosari-Baturaden.

2. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu penelitian sama dengan waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma Tiga (D III) MPS yang dimulai pada hari Senin, tanggal 6 Januari 2014 (serah terima dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) kepada pihak BPRS Khasanah Ummat) sampai dengan hari Senin, tanggal 6 Februari 2014 (pengembalian mahasiswa Praktik Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma Tiga (D III) MPS dari BPRS Khasanah Ummat kepada pihak STAIN Purwokerto).

IAIN PURWOKERTO

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Sejarah Singkat BPRS Khasanah Ummat²¹

PT BPRS Khasanah Ummat berkedudukan di Jl. Sunan Bonang No. 27 Tambaksari Kecamatan Kembaran Kabupaten Banyumas, didirikan sesuai Akta Pendirian No. 56 tanggal 24 Februari 2005, Akta perubahan No.45 tanggal 15 Agustus 2008 tentang Pernyataan Keputusan Rapat PT Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Khasanah Ummat, yang dibuat oleh Notaris Nuning Andraeni, SH dan mendapatkan pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia No. C-09130HT.01.01.TH 2005 tanggal 15 April 2005 dan izin usaha sesuai Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 7/41/KEP.BGI/2005 tanggal 13 Juli 2005.

B. Visi dan Misi

BPRS Khasanah Ummat dalam menjalankan aktivitas dan kegiatan perbankan memiliki visi misi sebagai berikut:

Visi:

Menjadi BPRS yang amanah dan profesional dalam rangka mengembangkan ekonomi syari'ah.

Misi:

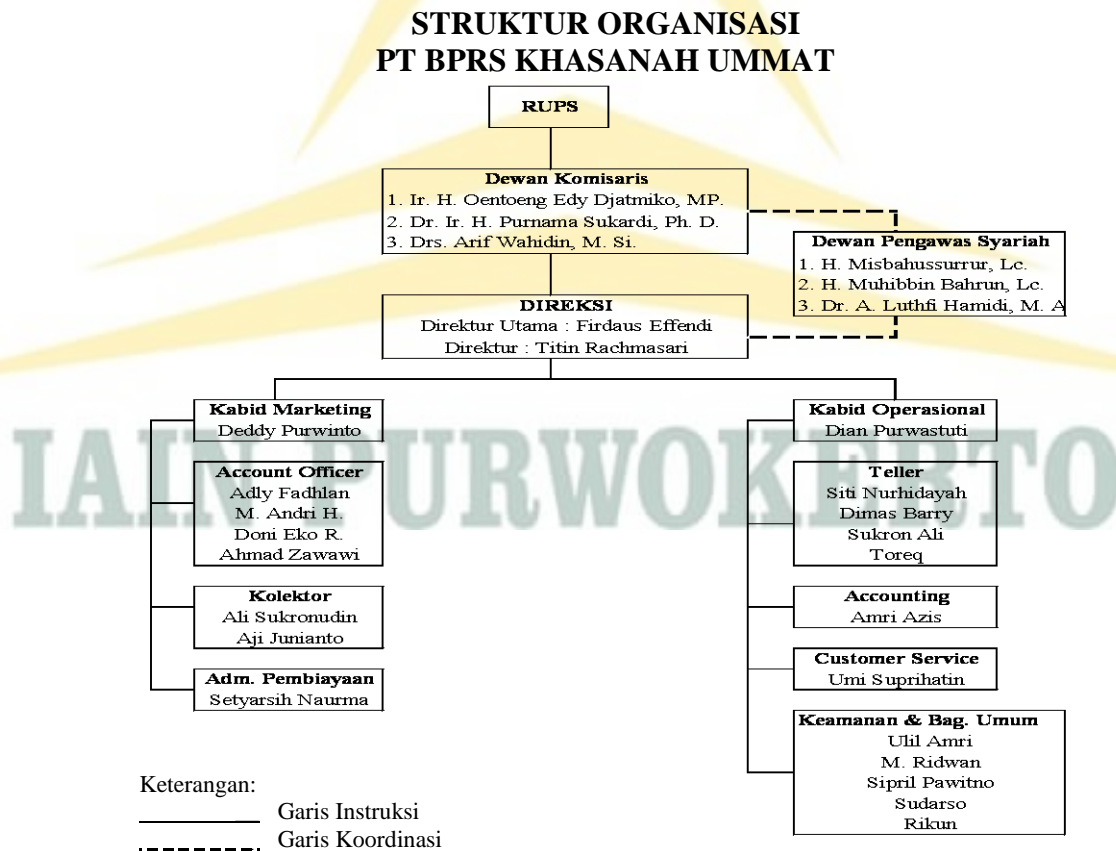
1. Menerapkan dan mengembangkan sistem perbankan syari'ah
2. Mendukung pengembangan ekonomi ummat melalui perluasan jaringan kerja

²¹ Dokumen BPRS Khasanah Ummat

Selain memiliki visi dan misi, BPRS Khasanah Ummat memiliki motto dan tujuan pula. Motto BPRS Khasanah Ummat adalah: “Lebih Amanah Dalam Bermuamalah”. Sedangkan tujuannya antara lain:

1. Membantu dan membina ummat khususnya pengusaha muslim melalui berbagai jenis pembiayaan.
2. Mengelola dana ummat yang terbebas dari riba sesuai dengan syari’at islam.
3. Membina dan meningkatkan semangat *ukhuwah islamiyah* melalui pemberdayaan ekonomi.

C. Struktur Organisasi BPRS Khasanah Ummat



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi PT. BPRS Khasanah Ummat

Setiap staf memiliki tugas dan kewajiban masing-masing. Dari tugas tersebut, para staff memiliki tanggungjawab masing-masing sebagai berikut:

1. Rapat Umum Pemegang Saham

RUPS merupakan pemegang kekuasaan tertinggi dalam BPRS sehingga seluruh anggota RUPS memiliki hak yang sama untuk meminta keterangan dan pertanggungjawaban dari Dewan Direksi mengenai pengelolaan BPRS. Pelaksanaan RUPS dilaksanakan paling sedikit 1 tahun sekali. RUPS akan membahas dan menetapkan:

- a. Anggaran dasar.
- b. Kebijakan umum di bidang organisasi, manajemen dan usaha BPRS.
- c. Pemilihan dan pemberhentian Direksi.
- d. Pengusulan anggota Dewan Pengawas Syari'ah (DPS).
- e. Rencana kerja dan anggaran pendapatan dan belanja BPRS.
- f. Pengesahan laporan.
- g. Pengesahan, pertanggungjawaban, direksi dalam pelaksanaan tugasnya.
- h. Pembagian deviden.
- i. Penggabungan dan peleburan pembagian dan pembubaran BPRS.

2. Dewan Pengawas Syari'ah

Dewan ini wajib untuk diadakan dan dioperasionalkan untuk lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah. Anggota DPS harus terdiri dari para ahli di bidang syari'ah muamalah yang didukung oleh pemahaman terhadap pengetahuan umum di bidang operasional lembaga keuangan syari'ah. Secara umum tugas dan tanggung jawab DPS yang tercantum dalam PBI 06/17/2004:

- a. Memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional BPRS terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.
- b. Menyampaikan laporan hasil pengawasan syari'ah sekurang-kurangnya setiap 6 bulan kepada Direksi, Komisaris, DSN dan Bank Indonesia.
- c. Menilai aspek syari'ah terhadap pedoman operasional, dan produk yang dikeluarkan BPRS.
- d. Memberikan opini dari aspek syari'ah terhadap pelaksanaan operasional BPRS secara keseluruhan dalam laporan publikasi BPRS.
- e. Mengkaji produk dan jasa baru yang akan dikeluarkan oleh BPRS untuk dimintakan fatwa kepada DSN.
- f. Bila perlu dapat meminta dokumen dan penjelasan langsung dari satuan kerja BPRS serta ikut dalam pembahasan *intern* termasuk dalam pembahasan komite pembiayaan.

3. Dewan Komisaris

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 tanggungjawab:

- a. Mempertimbangkan, menyempurnakan dan mewakili pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum yang baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang.
- b. Menyelenggarakan RUPS dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi.

- c. Mempertimbangkan dan menyetujui rencana kerja tahunan yang diusulkan Direksi.
- d. Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang jumlahnya melebihi batas maksimal kewenangan Direksi.
- e. Memberikan penilaian atas neraca dan perhitungan Rugi/Laba tahunan, serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh Direksi.
- f. Menyetujui/ menolak pembiayaan yang diajukan oleh Direksi.
- g. Menandatangani surat-surat saham yang telah diberi nomor urut sesuai anggaran dasar perseroan.

4. Dewan Direksi

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

Tugas dan tanggungjawab direktur utama:

- a. Mewakili Direksi atas nama perseroan.
- b. Memimpin dan mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan.
- c. Bertanggungjawab terhadap operasional perseroan khususnya dalam hubungan dengan pihak *ekstern* perusahaan.

Tugas dan tanggungjawab direktur:

- a. Mewakili Direktur Utama atas nama Direksi.
- b. Membantu Direktur Utama dalam mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan.

- c. Bertanggungjawab terhadap operasional perseroan, khususnya dalam hubungan dengan pihak *intern* perusahaan.
- d. Bersama-sama Direktur Utama bertanggungjawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

5. Komite Pembiayaan

Keanggotaan terdiri dari: Direksi: bagian pembiayaan, legal aspek, direksi dan komisaris.

- a. Membahas dan mengevaluasi proposal pembiayaan yang diajukan oleh staf pembiayaan secara lebih mendetail.
- b. Menyetujui atau menolak proposal pembiayaan.
- c. Membahas dan mengevaluasi problem proposal pembiayaan serta mengambil keputusan dan menetapkan langkah untuk penyelesaian termasuk rekomendasi penghapusan pembiayaan dan atau menyerahkan ke pihak ketiga.
- d. Membahas dan mengevaluasi perubahan/pengalihan tingkat kolektibilitas.

6. Account Officer

- a. Promosi produk bank.
- b. Mencari nasabah potensial yang layak diberikan fasilitas pembiayaan.
- c. Melakukan analisa untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari masyarakat.
- d. Bertanggungjawab atas kelancaran pengembalian dana yang telah disalurkan.
- e. Menjaga kualitas pelayanan bank.

- f. Melakukan penagihan, pengawasan dan pembinaan terhadap nasabah yang telah memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank.

7. Kolektor

- a. Menarik tabungan kolektif dari nasabah.
- b. Menganalisa dan menghitung kembali hasil dari penarikan tabungan sebelum diserahkan ke bagian *teller*.
- c. Menjaga hubungan baik dengan nasabah.

8. *Customer Service*

- a. Memberikan pelayanan informasi produk pendanaan dan pembiayaan atau transaksi perbankan lainnya.
- b. Membantu nasabah dalam melakukan pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito.
- c. Menyiapkan buku tabungan.
- d. Memberikan informasi saldo kepada nasabah.
- e. Menyimpan berkas form pembukaan tabungan.

9. *Teller*

- a. Mengatur dan bertanggungjawab atas dana kas yang tersedia.
- b. Memberikan pelayanan transaksi tunai.
- c. Menginput data dari tabungan kolektif yang masuk.
- d. Membukukan semua transaksi tabungan.
- e. Mencatat semua transaksi tabungan ke dalam buku tabungan.

10. *Accounting*

- a. Mengatur dan mengkoordinasikan semua hasil kegiatan operasional.

- b. Memeriksa kelengkapan bukti-bukti transaksi pembukuan.
- c. Melakukan proses distribusi revenue bulanan, dan hasilnya diimplementasikan dalam perhitungan bagi hasil tabungan dan deposito.
- d. Menyusun laporan keuangan berkala dan laporan keuangan lainnya.

11. Administrasi Pembiayaan

- a. Memeriksa dan mengurus kelengkapan dokumen-dokumen yang terkait dengan pembiayaan yang akan atau telah diberikan.
- b. Menyiapkan surat-surat perjanjian dan surat pengikatan agunan yang terkait dengan pengajuan pembiayaan nasabah.
- c. Bertanggungjawab atas pengarsipan semua dokumen pembiayaan nasabah, khususnya berkas jaminan pembiayaan nasabah.
- d. Menerima dokumen dan berkas pembiayaan hasil persetujuan tim komite pembiayaan.
- e. Menghubungi nasabah dan menyampaikan waktu akad pembiayaan dan pencairan pembiayaan, serta hal-hal lainnya yang terkait dengan persyaratan pencairan pembiayaan.

12. Keamanan dan Bagian Umum

- a. Melakukan penjagaan gedung dan seisinya serta bertanggungjawab pada keamanan bank.
- b. Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- c. Bertanggungjawab kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia.

D. Sistem Operasional dan Produk-produk

1. Konsep Operasional²²

BPRS Khasanah Ummat merupakan bank swasta yang memiliki 3 kantor kas (Karanglewas, Cerme dan Sumpiuh). Sistem operasional yang diterapkan BPRS Khasanah Ummat adalah sistem komando-mandiri, yakni seluruh sistemnya diseragamkan dan berpusat pada kantor pusat (Tambaksari) sedangkan untuk pengembangannya disesuaikan dengan kebutuhan lokal.

Adapun dalam menjalankan operasionalnya BPRS Khasanah Ummat mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian sesuai dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits namun juga mengacu pada UU No. 21 Tahun 2008 dan Fatwa MUI tentang Perbankan Syari'ah.

Berbeda dengan bank konvensional, BPRS Khasanah Ummat tidak menggunakan sistem bunga, melainkan menggunakan sistem bagi hasil, jual beli dan sewa menyewa.

Manajemen BPRS Khasanah Ummat dikelola oleh Sumber Daya Insani (SDI) terdidik, yang amanah dan profesional. Kegiatan operasional BPRS KU sehari-hari dilaksanakan oleh seluruh karyawan yang bertanggung jawab terhadap tugas masing-masing. Dengan prinsip ingin menciptakan kemudahan pengembangan ekonomi syari'ah, BPRS KU memiliki petugas yang berfungsi sebagai armada antar jemput setoran dan penarikan tabungan atau deposito termasuk setoran angsuran pembiayaan.

²² Dokumen BPRS Khasanah Ummat.

Pelayanan ini sangat relevan dengan kebutuhan masyarakat khususnya pengusaha mikro dan kecil yang cenderung tidak bisa meninggalkan usaha kesehariannya dipasar atau toko atau rumah. Pembiayaan di BPRS Khasanah Ummat juga memiliki persyaratan yang ringan, proses yang mudah dan pelayanan yang cepat dengan tetap berpegang pada azas profesionalitas yang syari'ah.

Setiap tabungan maupun deposito yang disimpan di BPRS Khasanah Ummat mendapat jaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), sepanjang sesuai ketentuan yang berlaku sehingga masyarakat akan tetap merasa aman untuk menyimpan dananya di BPRS Khasanah Ummat.

Selain itu pembiayaan di BPRS Khasanah Ummat juga di asuransikan di PT. Takaful Indonesia. Ini adalah prinsip jaga-jaga, apabila terjadi sesuatu pada nasabah pembiayaan maka PT. Takaful Indonesia akan menanggungnya.

2. Produk-produk BPRS Khasanah Ummat²³

a. Produk Penghimpunan Dana

Dengan menerapkan manajemen keadilan, transparasi dan kebersamaan produk-produk BPRS Khasanah Ummat ditujukan kepada masyarakat pelaku usaha kecil dan mikro.

- 1) Deposito IB *Mudharabah* adalah deposito berjangka, nasabah akan memperoleh bagi hasil dari hasil pengelolaan usaha Bank.

²³ Brosur Produk-produk BPRS Khasanah Ummat.

- 2) Tabungan IB *Wadi'ah* adalah tabungan yang sewaktu-waktu dapat diambil dan penabung akan memperoleh imbalan berupa bonus.
- 3) Tabungan IB *Mudharabah* adalah tabungan investasi dimana penabung akan memperoleh imbalan berupa bagi hasil.

Macam-macam Tabungan :

- 1) Tabungan Sa-KU

Merupakan tabungan yang dapat ditarik sewaktu-waktu dan akan memperoleh bonus yang menarik setiap bulannya. Tabungan ini dapat dipakai sebagai jaminan pembiayaan. Setoran minimal Rp 10.000,-

- 2) Tabungan Kurban-KU

Merupakan tabungan yang dikhususkan untuk perencanaan kurban. Dengan setoran awal minimal Rp 10.000,- dan setoran selanjutnya disepakati antara bank dan nasabah. Insya Allah niat anda berkorban di Hari Idul Adha akan dapat terlaksana. Anda juga akan mendapatkan bagi hasil yang menarik setiap bulannya.

- 3) Tabungan Ceria-KU

Merupakan tabungan yang khusus untuk pelajar atau mahasiswa dengan setoran minimal Rp 1.000,- dan akan memperoleh bagi hasil yang kompetitif setiap bulannya.

- 4) Deposito *Mudharabah*-KU

Merupakan simpanan dana pihak ketiga yang hanya dapat ditarik berdasarkan jangka waktu 1, 3, 6 atau 12 bulan dan dapat

diperpanjang secara otomatis (*Automatic Roll Over*). Nominal minimalnya adalah Rp 500.000,- (lima ratus ribu rupiah). Nasabah akan memperoleh bagi hasil yang kompetitif setiap bulannya. Deposito ini juga dapat dipakai sebagai jaminan pembiayaan.

5) Dana ZIS-KU

Selain berinvestasi untuk masa depan dan keluarga tercinta, anda juga dapat berinvestasi untuk masa depan akherat nanti. Anda para Aghnia yang peduli akan keadaan saudara-saudara kita yang kekurangan, BPRS KU siap membantu untuk menyalurkan harta yang disisihkan melalui zakat, infak, shadaqah. Setoran dapat dilakukan secara *incidental* maupun berkala melalui rekening Dana ZIS-KU, no. 24.0184.010805. Insya Allah BPRS KU akan menyalurkan harta yang dimanfaatkan untuk mereka yang berhak menerimanya.

6) Investasi Khasanah Ummat (IKU)

Investasi ini memiliki manfaat sebagai jaminan hari tua, untuk persiapan biaya pendidikan, serta sebagai investasi yang dapat dijadikan jaminan pembiayaan. IKU menggunakan konsep tabungan mudharabah, penarikannya hanya dapat dilakukan di waktu-waktu tertentu, selain itu juga terdapat nisbah yang hanya diambil di akhir jangka waktu. IKU hanya untuk perorangan dengan iurang minimal Rp 25.000,- per bulan, dengan persyaratan fotocopy KTP dan SIM, dan membayar biaya pendaftaran sebesar Rp 12.000,-. IKU memiliki

beberapa kemudahan, yaitu: jangka waktu dapat ditentukan sendiri minimal 3 tahun, setoran dilakukan secara bulanan, triwulan, semester dan tahunan, bagi hasil dapat diketahui setiap awal bulan.

Syarat Pembukaan Rekening:

Syarat yang dibutuhkan nasabah dalam membuka rekening hanyalah fotocopi KTP dan SIM.

b. Produk Penyaluran Dana

1) *Murabahah*

Akad *Murabahah* adalah perjanjian jual beli berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dan nasabah yang mewajibkan pihak nasabah yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu sebesar harga pokok ditambah margin keuntungan yang disepakati. Bank sebagai penyedia dana dalam rangka membelikan barang dan nasabah sebagai pihak pembeli barang. Margin adalah keuntungan yang diminta bank berdasarkan kesepakatan dan tidak berubah selama periode pembiayaan.

2) *Musyarakah*

Akad *Musyarakah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi berdasarkan nisbah yang disepakati sebelumnya, sedangkan kerugian ditanggung oleh para pihak sebesar partisipasi

modal yang disertakan dalam usaha. Pembiayaan *musyarakah* adalah penyediaan dana bank untuk memenuhi sebagian modal suatu usaha tertentu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan nasabah yang mewajibkan nasabah untuk melakukan pengelolaan usaha atas investasi dimaksud sesuai dengan akad *musyarakah*. Nisbah adalah pembagian keuntungan dari pengelolaan usaha atau nasabah kepada bank sebagai penyedia dana berdasarkan kesepakatan dan tidak berubah selama jangka waktu investasi, kecuali atas dasar kesepakatan dan tidak berlaku surut.

3) *Qardh*

Akad *qardh* adalah pinjaman dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Pinjaman *qardh* merupakan pinjaman yang tidak mempersyaratkan adanya imbalan. Namun demikian, peminjam dana diperkenankan untuk memberikan imbalan. Bank diperbolehkan mengenakan biaya administrasi dana Bank dapat meminta jaminan atas pemberian *qardh*. Akad *qardh* adalah penyedia dana sebagai pinjaman kepada nasabah tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman sesuai jangka waktu yang disepakati.

4) *Ijarah / Kafalah*

Akad *ijarah/kafalah* merupakan penyediaan dana atau tagihan berdasarkan kesepakatan antara Bank dengan nasabah yang mewajibkan nasabah melunasi hutangnya sesuai akad.

Syarat-syarat Permohonan Pembiayaan

Berikut ini adalah beberapa persyaratan yang dikenakan oleh calon nasabah pembiayaan dalam mengajukan permohonan pembiayaan di BPRS Khasanah Ummat:

- 1) Foto copy KTP suami istri.
- 2) Foto copy Kartu Keluarga.
- 3) Surat Keterangan Usaha.
- 4) Foto copy jaminan.
- 5) Membuka tabungan di BPRS Khasanah Ummat.
- 6) SIUP (Surat izin Usaha Perdagangan) dan TDP (Tanda Daftar Perusahaan).
- 7) Akte pendirian dan perubahannya.
- 8) NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
- 9) Memenuhi persyaratan lainnya.

Persyaratan lain dapat meliputi surat persetujuan keluarga yang bersifat khusus, dan jaminannya disesuaikan dengan jenis pengajuannya, jaminan bisa berupa kendaraan dengan menyerahkan BPKB, prosentasenya yaitu 60%. Bisa juga berupa tanah dengan menyerahkan sertifikat tanah, prosentasenya 75%.

c. Produk Jasa Layanan Lainnya

1) Jasa :

- a) Pembayaran rekening listrik.
- b) Pembayaran rekening telepon.
- c) Kartu halo.
- d) Matrix angsuran FIF.
- e) Pembelian Voucher : IM3, Fren, Axist, As, Mentari dan Simpati.

2) Dana Kebajikan : Dana ZIS.

Syarat-syarat

- 1) Fotocopy KTP.
- 2) Membawa bukti pembayaran terakhir.



IAIN PURWOKERTO

BAB III

PEMBAHASAN

A. Tinjauan Tentang Pembiayaan *Musyarakah*

1. Pengertian *Musyarakah*

Musyarakah adalah bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih yang mengumpulkan modal atau kerja mereka. Masing-masing pihak memberikan modal (*kontribusi dana*) atau keahlian (*manajerial*) dengan kesepakatan keuntungan dibagi bersama, dan jika terjadi kerugian ditanggung bersama.

Syirkah sudah dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Orang-orang mukmin yang mengetahui akad ini melakukannya dengan tata cara yang sesuai dengan *syari'at islam*. Namun, tidak sedikit kaum *jahiliyah* yang juga melakukan akad ini, akan tetapi mereka lebih banyak melakukan pelanggaran. Hukum *musyarakah* ini ditegaskan oleh firman Allah SWT pada QS. Shad ayat 24 yang artinya:

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا

الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

“*Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-*

orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". Perlu dikembangkan dan ditegakkan hukum *musyarakah* ini untuk menuju masyarakat islami yang menjalankan tatanan agama sesuai dengan *syari'at islam*.²⁴

Adapun dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Musyarakah* ditetapkan ketentuan sebagai berikut:

- a. Pernyataan *ijab* dan *qabul* harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan kontrak (akad), dengan memerhatikan hal-hal berikut:
 - 1) Penawaran dan penerimaan harus secara *eksplisit* menunjukkan tujuan kontrak (akad).
 - 2) Penerimaan dari penawaran dilakukan pada saat kontrak.
 - 3) Akad dituangkan secara tertulis, melalui *korespondensi*, atau dengan menggunakan cara-cara komunikasi *modern*.
- b. Pihak-pihak yang berkontrak harus cakap hukum, dan memerhatikan hal-hal berikut:
 - 1) Kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan.
 - 2) Setiap mitra harus menyediakan dana dan pekerjaan, dan setiap mitra melaksanakan kerja sebagai wakil.
 - 3) Setiap mitra memiliki hak untuk mengatur aset *musyarakah* dalam proses bisnis normal.

²⁴ Ahmad Dahlan, *Bank Syari'ah: Teoritik, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 169.

- 4) Setiap mitra memberi wewenang kepada mitra yang lain untuk mengelola aset dan masing-masing dianggap telah diberi wewenang untuk melakukan aktifitas *musyarakah* dengan memerhatikan kepentingan mitranya, tanpa melakukan kelalaian dan kesalahan yang disengaja.
 - 5) Seorang mitra tidak diizinkan untuk mencairkan atau menginvestasikan dana untuk kepentingannya sendiri.
- c. Objek Akad (Modal, Kerja, Keuntungan, dan Kerugian)
- 1) Modal:
 - a) Modal yang diberikan harus uang tunai, emas, perak atau yang nilainya sama. Modal dapat terdiri dari aset perdagangan, seperti barang-barang, properti, dan sebagainya. Jika modal berbentuk aset, harus terlebih dahulu dinilai dengan tunai dan disepakati oleh para mitra.
 - b) Para pihak tidak boleh meminjam, meminjamkan, menyumbangkan atau menghadiahkan modal *musyarakah* kepada pihak lain, kecuali atas dasar kesepakatan.
 - c) Pada prinsipnya, dalam pembiayaan *musyarakah* tidak ada jaminan, namun untuk menghindari terjadinya penyimpangan, LKS dapat meminta jaminan.
 - 2) Kerja:
 - a) Partisipasi para mitra dalam pekerjaan merupakan dasar pelaksanaan *musyarakah*; akan tetapi, kesamaan porsi kerja

bukanlah merupakan syarat. Seorang mitra boleh melaksanakan kerja lebih banyak dari yang lainnya, dan dalam hal ini ia boleh menuntut bagian keuntungan tambahan bagi dirinya.

b) Setiap mitra melaksanakan kerja dalam *musyarakah* atas nama pribadi dan wakil mitranya. Kedudukan masing-masing dalam organisasi kerja harus dijelaskan dalam kontrak.

3) Keuntungan:

a) Keuntungan harus dikuantifikasi dengan jelas untuk menghindari perbedaan dan sengketa pada waktu alokasi keuntungan atau penghentian *musyarakah*.

b) Setiap keuntungan mitra harus dibagikan secara *proporsional* atas dasar seluruh keuntungan dan tidak ada jumlah yang ditentukan di awal yang ditetapkan bagi seorang mitra.

c) Seorang mitra boleh mengusulkan bahwa jika keuntungan melebihi jumlah tertentu, kelebihan atau persentase itu diberikan kepadanya.

d) Sistem pembagian keuntungan harus tertuang dengan jelas dalam akad.

4) Kerugian:

Kerugian harus dibagi di antara para mitra secara *proporsional* menurut saham masing-masing dalam modal.

5) Biaya operasional dan persengketaan:

a) Biaya operasional dibebankan pada modal bersama.

b) Jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya atau jika terjadi perselisihan di antara para pihak, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.²⁵

2. Jenis-jenis Pembiayaan *Musyarakah*²⁶

Musyarakah mempunyai dua jenis, yaitu *musyarakah* pemilikan dan *musyarakah* akad. *Musyarakah* pemilikan terjadi ketika ada warisan, wasiat, atau kondisi lain yang pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. *Musyarakah* pemilikan ini selain berbagi dalam sebuah aset, ia juga berbagi dari keuntungan yang dihasilkan oleh aset tersebut. *Musyarakah* akad terbentuk atas kesepakatan dua orang atau lebih, dimana setiap orang dari mereka mengeluarkan modal kerjasama. Mereka pun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian. Adapun pembagian *musyarakah* akad, antara lain:

a. *Syirkah al-'inan*

Syirkah al-'inan adalah kontrak kerjasama antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Mereka sepakat atas berbagi keuntungan dan kerugiannya. Pemberian porsi dana maupun kerja atau bagi hasil oleh masing-masing pihak tidak harus sama dan identik sesuai dengan kesepakatan mereka.

²⁵ Nurul Huda Dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoretis Dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 67.

²⁶ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta:Gema Insani, 2001), hlm. 91.

b. *Syirkah mufawadhah*

Syirkah mufawadhah adalah kontrak kerjasama antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak berbagi keuntungan dan kerugian yang sama. Syarat utama jenis *musyarakah* ini adalah kesamaan dana yang diberikan, kerja, tanggungjawab, dan beban hutang dibagi oleh masing-masing pihak.

c. *Syirkah a'maal*

Syirkah a'maal adalah kontrak kerjasama antara dua orang yang memiliki kesamaan profesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan tersebut. Sebagai contoh, kerja sama antara dua orang arsitek untuk menyelesaikan sebuah proyek, atau dua orang penjahit untuk menerima order pembuatan seragam sebuah instansi.

d. *Syirkah wujuh*

Syirkah wujuh adalah kontrak kerjasama antara dua orang atau lebih yang memiliki *reputasi* dan *prestise* baik serta ahli dalam bisnis. Mereka melakukan pembelian barang pada suatu perusahaan secara kredit kemudian menjualnya secara tunai. Mereka berbagi keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disediakan oleh setiap mitra. Jenis *musyarakah* ini tidak memerlukan modal karena pembelian dilakukan secara kredit berdasar pada jaminan tersebut.

Bentuk kontrak kerja sama ini sering kali disebut dengan *musyarakah piutang*.

e. *Syirkah mudharabah*

Menurut Veithzal Rivai, *syirkah mudharabah* adalah sistem kerja sama antara dua pihak atau lebih di mana pihak pertama (*shahib al-maal*) menyediakan seluruh kebutuhan modal sebagai penyuntik sejumlah dana sesuai kebutuhan pembiayaan suatu proyek, sedangkan *customer* sebagai pengelola (*mudharib*) mengajukan permohonan pembiayaan dan untuk ini *customer* sebagai pengelola (*mudharib*) menyediakan keahliannya.

3. Manfaat Pembiayaan *Musyarakah*²⁷

Pembiayaan secara *musyarakah* ini mempunyai beberapa manfaat, di antaranya sebagai berikut:

- a. Bank memperoleh pendapatan yang meningkat pada saat keuntungan usaha nasabah juga meningkat.
- b. Bank tidak berkewajiban atas pembayaran secara tetap dalam jumlah tertentu kepada nasabah pendanaan, tetapi bank akan melakukan pembayaran disesuaikan dengan pendapatan atau hasil usaha bank. Sehingga bank tidak mengalami *negative spread*.
- c. Nasabah tidak akan merasa keberatan karena pengembalian pokok pembiayaan dengan *cash low*/ arus kas usaha nasabah.
- d. Bank akan lebih selektif dan hati-hati (*prudent*) dalam mencari usaha-usaha yang benar-benar halal, aman dan menguntungkan sesuai *syari'at*

²⁷*Ibid*, hlm. 93.

islam. Hal ini harus ada karena keuntungan yang akan dibagi adalah keuntungan yang *riil* dan bukan rekayasa.

- e. Prinsip bagi hasil dalam *musyarakah* ini berbeda dengan prinsip bunga tetap yang dijalankan oleh bank-bank konvensional, di mana bank tersebut akan menagih kepada penerima pembiayaan (nasabah) dengan satu jumlah tetap berapa pun keuntungan yang dihasilkan nasabah, bahkan sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.

4. Risiko Pembiayaan *Musyarakah*²⁸

Selain mempunyai manfaat, *musyarakah* pun mempunyai risiko terutama terletak pada penerapannya dalam pembiayaan, relatif tinggi, antara lain sebagai berikut:

- a. Nasabah menggunakan dana tersebut tidak sesuai dengan yang disebut dalam kontrak. Hal ini disebut *side sreaming*.
- b. Terjadi kelalaian dan kesalahan yang disengaja.
- c. Nasabah yang tidak jujur akan melakukan penyembunyian keuntungan.

5. Tujuan Pembiayaan *Musyarakah*

Akad *musyarakah* digunakan oleh bank untuk memfasilitasi pemenuhan sebagian kebutuhan permodalan nasabah guna menjalankan usaha atau proyek yang disepakati. Nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan bank sebagai mitra dapat sebagai pengelola usaha sesuai kesepakatan.²⁹

²⁸*Ibid*, hlm. 94.

²⁹Muhammad, *Sistem & Prosedur Operasional Bank Syariah: Edisi Revisi*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm. 137.

6. Perhitungan *Musyarakah*

Pak Usman adalah seorang pengusaha yang akan melaksanakan suatu proyek. Usaha tersebut membutuhkan modal sejumlah Rp. 100.000.000,00. Ternyata setelah dihitung, Pak Usman hanya memiliki Rp. 50.000.000,00 atau 50 % dari modal yang diperlukan. Pak Usman kemudian datang ke bank syariah untuk mengajukan pembiayaan dengan skema *musyarakah*. Dalam hal ini, kebutuhan terhadap modal sejumlah Rp. 100.000.000,00 dipenuhi 50% dari nasabah dan 50% dari bank. Setelah proyek selesai, nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati untuk bank.

Seandainya keuntungan dari proyek tersebut adalah Rp. 20.000.000,00 dan nisbah atau bagi hasil yang disepakati adalah 50:50 (50 % untuk nasabah dan 50% untuk bank), pada akhir proyek Pak Usman harus mengembalikan dana sebesar Rp. 50.000.000,00 (dana pinjaman dari bank) ditambah Rp. 10.000.000,00 (50% dari keuntungan untuk bank).³⁰

7. Syarat-syarat *Musyarakah*³¹

- a. Bank dan nasabah masing-masing bertindak sebagai mitra usaha dengan bersama-sama menyediakan dana.
- b. Nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan bank sebagai mitra usaha dapat ikut serta dalam pengelolaan sesuai tugas dan wewenang yang telah disepakati.

³⁰ Veithzal Rivai Dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 796.

³¹ Daeng Naja, *Akad Bank Syariah*, (Jakarta: Buku Seru, 2011), hlm. 51.

- c. Bank berdasarkan kesepakatan dapat menunjuk nasabah sebagai pengelola.
- d. Pembiayaan diberikan dalam bentuk tunai.
- e. Jika pembiayaan diberikan dalam bentuk barang, maka barang tersebut harus dinilai secara tunai berdasarkan kesepakatan.
- f. Jangka waktu pembiayaan, pengembalian dana, dan pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan antara bank dan nasabah.
- g. Biaya operasional dibebankan pada modal bersama sesuai kesepakatan.
- h. Pembagian keuntungan dari pengelolaan dana dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
- i. Bank dan nasabah menanggung kerugian secara proporsional menurut porsi modal masing-masing, kecuali jika terjadi kecurangan, lalai, atau menyalahi perjanjian dari salah satu pihak.
- j. Nisbah bagi hasil yang disepakati tidak dapat diubah sepanjang jangka waktu investasi, kecuali atas dasar kesepakatan para pihak.
- k. Nisbah bagi hasil dapat ditetapkan secara berjenjang.
 - l. Pembagian keuntungan dapat dilakukan dengan metode bagi untung atau rugi.
 - m. Pembagian keuntungan berdasarkan hasil usaha sesuai dengan laporan keuangan.
 - n. Pengembalian pokok pembiayaan dilakukan pada akhir periode atau secara angsuran.

- o. Bank dapat meminta jaminan atau agunan untuk mengantisipasi risiko apabila nasabah tidak memenuhi kewajiban.
8. Akad *Musyarakah* Harus Memenuhi Rukun Sebagai Berikut :
- a. Pemilik Modal (*Syarik dan/atau shahibul maal*)/para pihak
 - b. Proyek atau usaha (*Masyru'*) atau jenis usaha
 - c. Modal (*Ro'sul Maal*)
 - d. Ijab-Qobul (*Shighat*)
 - e. Nisbah Bagi Hasil (*Nisbatu Ribhin*)

B. Tinjauan Tentang Segmentasi Pasar Syari'ah

1. Pengertian segmentasi pasar syari'ah

Segmentasi pasar syari'ah adalah seni mengidentifikasi serta memanfaatkan peluang-peluang yang muncul di pasar, di mana pasar yang dipilih merupakan pasar yang menjadi tujuan untuk memasarkan produk.³² Selain itu, bank yang merupakan perusahaan berorientasi pada konsumen harus memahami *homogenitas* masing-masing segman tersebut yang disebabkan oleh adanya perbedaan-perbedaan dalam kebiasaan membeli, cara penggunaan barang, kebutuhan pemakai, motif pembelian, tujuan pembelian, dan lain sebagainya.³³

Berdasarkan perbedaan antara pemasaran syari'ah dan pemasaran konvensional, perbedaan *marketer/* pemasar konvensional lebih

³² Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, hlm. 165.

³³ Basu Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2007), hlm. 65.

mengutamakan target dan keuntungan besar bagi perusahaan, sedangkan *marketer syari'ah* tidak hanya keuntungan yang dikejar, tetapi juga nilai kejujuran dan keadilan juga diutamakan karena *marketer syari'ah* tidak hanya bertanggungjawab pada perusahaan dan pelanggan melainkan bertanggungjawab juga terhadap Allah SWT.

Sudah menjadi barang tentu bagi setiap bank yang berbasis syari'ah harus membangun nilai-nilai kejujuran dalam pelaksanaan operasionalnya. Seperti yang telah disampaikan oleh ulama terkemuka abad ini, Syaikh Al-Qardhawi bahwa di antara nilai transaksi yang terpenting dalam bisnis adalah *al-amanah* (kejujuran). Ia merupakan puncak moralitas iman dan karakteristik yang paling menonjol dari orang yang beriman. Bahkan, kejujuran merupakan karakteristik yang terdepan yang dimiliki nabi dan rasul. Yang paling utama dari orang-orang pilihan tersebut adalah nabi akhir dan teladan, yakni Nabi Muhammad SAW. Kejujuran Nabi Muhammad SAW. terlihat sangat jelas dan dibuktikan oleh para penolongnya, orang-orang yang beriman kepadanya.

Karena dengan kejujurannya, sehingga beliau dijuluki dengan nama *al-amin* yang artinya terpercaya. Tanpa adanya kejujuran, kehidupan agama tidak akan berdiri kokoh. Begitu pula dengan berdirinya bank syari'ah, jika tidak dilandasi dengan nilai kejujuran para karyawan, manajer, direktur maupun nasabah ataupun bisa disebut dengan *stakeholders* bank, maka tidak akan tercipta suatu tujuan yang menjadi cita-cita bank maupun nasabah. Kejujuran ini merupakan faktor penyebab keberkahan bagi bank maupun nasabah, sebagaimana tersebut dalam hadits shahih: "*penjual dan pembeli mempunyai*

hak untuk menentukan pilihan selama belum saling berpisah. Jika keduanya berlaku jujur dan menjelaskan yang sebenarnya, diberkatilah transaksi mereka. Namun, jika keduanya saling menyembunyikan kebenaran dan berdusta, keduanya bisa jadi mendapat keuntungan tetapi melenyapkan keberkahan transaksinya”(HR. Muttafaq ‘Alaih dari Hakim ibn Hizam).³⁴

2. Perbedaan *Marketing* (Pemasaran) Syari’ah dan Konvensional³⁵

Beberapa hal yang dapat membedakan antara pemasaran syariah dan pemasaran konvensional, antara lain:

a. Konsep dan Filosofi Dasar

Perbedaan yang mendasar antara pemasaran syari’ah dan pemasaran konvensional adalah dari filosofi dasar yang melandasinya. Pemasaran konvensional merupakan pemasaran yang bebas dari nilai dan tidak mendasarkan ke-Tuhanan dalam setiap aktivitas pemasarannya.

b. Etika Pemasar

Seorang pemasar syari’ah sangat memegang teguh etika dalam melakukan pemasaran kepada calon konsumennya. Ia akan sangat menghindari memberikan janji bohong, ataupun terlalu melebih-lebihkan produk yang ditawarkan. Seorang pemasar syari’ah akan secara jujur menceritakan kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkannya. Hal ini merupakan praktik perniagaan yang pernah dipraktikkan oleh Rasulullah SAW.

³⁴ Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir Sula, hlm. 107-108.

³⁵ <http://www.Mediasyariahjurnal.Com> (Diakses Pada Tanggal 24 September 2014).

c. Pendekatan terhadap Konsumen

Konsumen dalam pemasaran syari'ah diletakkan sebagai mitra sejajar, dimana baik perusahaan sebagai penjual produk maupun konsumen sebagai pembeli produk berada pada posisi yang sama. Perusahaan tidak menganggap konsumen sebagai "*sapi perah*" untuk membeli produknya, namun perusahaan akan menjadikan konsumen sebagai mitra dalam pengembangan perusahaan. Berbeda dalam pemasaran konvensional, konsumen diletakkan sebagai obyek untuk mencapai target penjualan semata. Konsumen dapat dirugikan karena antaranjanji dan realitas seringkali berbeda. Perusahaan setelah mendapatkan target penjualan, tidak akan mempedulikan lagi konsumen yang telah membeli produknya tanpa memikirkan kekecewaan atas janji produk.

d. Cara Pandang terhadap Pesaing

Dalam industri perbankan syari'ah tidak menganggap pesaing sebagai pihak yang harus dikalahkan. Tetapi konsepnya adalah agar setiap perusahaan mampu memacu dirinya untuk menjadi lebih baik tanpa harus menjatuhkan pesaingnya. Pesaing merupakan mitra kita dalam turut meyukseskan aplikasi ekonomi syari'ah di lapangan, dan bukan sebagai lawan yang harus dimatikan.

e. Budaya Kerja dalam Institusi Bank Syari'ah

Perbankan syari'ah harus mempunyai budaya kerja yang berbeda dari perbankan konvensional, sehingga mampu menjadi suatu

keunggulan yang dapat sebagai nilai tambah dipandang masyarakat. Budaya kerja yang harus dikembangkan adalah sebagaimana budayakerja yang diteladani Rasulullah SAW., yaitu *siddiq, amanah, tabligh, fathanah*.

3. Pendekatan Segmentasi Pasar Syari'ah

Segmentasi pasar syari'ah ini perlu dilakukan mengingat dalam suatu pasar terdapat banyak pembeli yang berbeda keinginan dan kebutuhannya. Setiap perbedaan memiliki potensi untuk menjadi pasar tersendiri. Dalam melakukan segmentasi pasar terdapat beberapa variabel yang perlu diperhatikan. Dalam praktiknya, segmentasi pasar syari'ah terdiri dari segmentasi pasar konsumen dan segmentasi pasar industrial. Setiap segmen memiliki variabel tertentu, namun pada dasarnya variabel yang digunakan tidak jauh berbeda.³⁶ Dalam hal ini bank syariah menggunakan segmentasi pasar konsumen. Dari variabel-variabel tersebutlah bank melakukan pendekatan-pendekatan segmentasi pasar yang terdiri dari berbagai sudut pandang, antara lain:

a. Berdasarkan melihat pasar, pendekatan segmentasi bisa melalui dua sisi, antara lain sebagai berikut:

1) *Mass marketing*

Dengan pendekatan ini pemasaran dilakukan secara massal seperti distribusi massal, promosi massal dan lainnya atau dengan kata lain satu produk untuk semua. Akan tetapi *mass marketing* tidak selalu

³⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hlm. 187.

sukses dalam melayani pasarnya karena satu program pemasaran tidak bisa melayani pasar yang heterogen (Kotler, 2003).

2) *Niche marketing*

Pendekatan ini lebih fokus terhadap ceruk-ceruk pasar yang belum dilayani dengan baik. Hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi segmen yang sudah ada menjadi sub segmen yang lebih kecil. Dengan adanya *niche marketing* perusahaan dapat memahami konsumen dengan baik. Ciri yang menarik dari *niche marketing* adalah konsumen yang mempunyai kebutuhan kuat sehingga mau membayar dengan harga yang premium kepada perusahaan yang dapat memuaskan mereka dengan baik. *Niche marketing* memiliki pertumbuhan yang potensial dan profitable sehingga perusahaan dapat melayani segmen ini.

Berdasarkan karakteristiknya, pendekatan segmentasi bisa dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

1) *Static attribute segmentation*

Static attribute segmentation adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara membagi pasar berdasarkan atribut-atribut yang bersifat statis, seperti geografis atau demografis. Segmentasi geografis membagi pasar berdasarkan letak, misalnya negara, kawasan, provinsi, maupun kota. Segmentasi demografis membagi pasar berdasarkan umur, jenis kelamin, jenis pekerjaan, jumlah pendapatan, agama dan pendidikan.

2) *Dynamic attribute segmentation*

Dynamic attribute segmentation adalah pendekatan yang dilakukan dengan memerhatikan atribut-atribut yang dinamis, seperti psikografis dan perilaku (*behavior*). Segmentasi psikografis membagi pasar berdasarkan gaya hidup dan kepribadian. Sedangkan segmentasi perilaku berdasarkan sikap, penggunaan, dan respons.

3) *Individual segmentation*

Individual segmentation adalah pendekatan yang dilakukan atas unit terkecil pasar, yaitu individu perseorangan.³⁷

Melihat segmen yang ada pada bank syari'ah, di dalamnya merupakan *emotional market* yang mempunyai potensi pasar yang besar, maka dari itu di samping pendekatan terhadap *spiritual market*, bank sangat perlu melakukan pendekatan *universal* terhadap *emosional market*. Karena jika hanya pendekatan terhadap *spiritual market* saja, maka prinsip-prinsip ekonomi syari'ah tidak bisa berkembang dengan baik. Pendekatan terhadap *spiritual market* cenderung mengedepankan kalangan muslim saja. Jika hal ini terjadi, maka kendala yang akan muncul adalah adanya *gap* antara pasar rasional, emosional, dan spiritual. *Gap* ini terjadi karena konsumen pasar rasional cenderung bersikap *resisten* terhadap konsumen spiritual dan menganggap produk-produk syari'ah hanya khusus untuk golongan muslim saja, tetapi juga untuk semua manusia yang memegang teguh nilai-nilai spiritualnya.

³⁷ Hermawan Kartajaya Dan Muhammad Syakir Sula, hlm. 166.

Menurut Syafi'i Antonio, syari'ah mempunyai keunikan tersendiri. Syari'ah tidak hanya *komprensif*, tetapi juga *universal*. Yang dimaksud *komprensif* adalah bahwa syari'ah islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (*ibadah*) maupun sosial (*muamalah*). Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan penciptanya. Adapun aspek sosial diturunkan menjadi *rules of the game* atau aturan main dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan *universal* bermakna bahwa syari'ah dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat oleh setiap manusia. *Keuniversalan* ini jelas terutama pada bidang sosial yang tidak membedakan antara kalangan muslim dan non-muslim.³⁸

4. Proses Segmentasi Pasar Syari'ah³⁹

Segmentasi pasar harus dilakukan secara berkala karena segmen yang terus berubah. Untuk melakukannya ada beberapa tahap yang dilakukan, antara lain:

a. Segmentasi berdasarkan kebutuhan

Tahap ini merupakan tahap untuk mengelompokkan nasabah dalam segmen berdasarkan kebutuhan yang serupa dan manfaat yang dicari oleh nasabah.

b. Identifikasi segmen

Tahap ini dilakukan untuk menentukan faktor demografi, gaya hidup, dan perilaku nasabah.

³⁸*Ibid*, 168.

³⁹Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia: Edisi Ketiga*, (PT. Intan Sejati Klaten, 2004), hlm. 323.

c. Daya tarik segmen

Dengan menggunakan kriteria daya tarik segmen (seperti pertumbuhan pasar, intensitas persaingan, dan akses pasar), bank dapat menentukan daya tarik keseluruhan masing-masing segmen.

d. Tingkat profitabilitas segmen

Tahap ini digunakan untuk menentukan profitabilitas segmen.

e. Penetapan posisi pada segmen

Dalam tahap ini dibuat tawaran nilai dan strategi penetapan posisi produk-harga berdasarkan kebutuhan dan karakteristik nasabah yang khas pada segmen tersebut.

f. Tes asam segmen

Tahap ini untuk menguji daya tarik strategi penetapan posisi pada masing-masing segmen.

g. Strategi kombinasi pemasaran

Tahap ini digunakan untuk memperluas strategi penetapan posisi segmen dengan memasukkan segala aspek kombinasi pemasaran seperti: produk, harga, promosi, dan tempat.

5. Manfaat Segmentasi Pasar

Dengan menyatukan program pemasaran yang ditujukan ke segmen-segmen pasar yang dituju, manajemen dapat melaksanakan kegiatan pemasaran dengan lebih baik dan dapat menggunakan sumber-sumber pemasaran secara lebih efisien. Bagi sebuah bank dengan sumber-sumber yang tersedia dapat ikut bersaing dalam segmen pasar tertentu.

Secara terperinci dapat dikatakan bahwa segmentasi pasar dapat membantu manajemen dalam beberapa hal sebagai berikut:

- a. Menyalurkan uang dan usaha ke pasar potensial yang paling menguntungkan.
- b. Merencanakan produk yang dapat memenuhi permintaan pasar.
- c. Menentukan cara-cara promosi yang paling efektif bagi perusahaan.
- d. Memilih media *advertensi* yang lebih baik dan menentukan bagaimana mengalokasikan anggaran secara lebih baik ke berbagai macam media.
- e. Mengatur waktu yang sebaik-baiknya dalam usaha promosi.

Adapun alasan-alasan bagi perusahaan dalam mengadakan segmentasi pasar adalah:

- a. Pasar bersifat dinamis, bukan statis. Artinya bahwa dalam pasar terdapat perubahan secara terus-menerus mengenai sikap, siklus kehidupan, kondisi keluarga, pola geografis, dan sebagainya. Hal ini bergantung terhadap teknologi dan kemajuan pengetahuan masyarakat yang semakin meningkat.
- b. Pasar untuk suatu produk berubah sesuai dengan siklus kehidupan produk tersebut, dari tahap pengenalan sampai tahap penurunan.⁴⁰

⁴⁰Basu Swastha, hlm. 66.

C. Penerapan Segmentasi Pasar Syari'ah Di BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas

1. Pendekatan Segmentasi Pasar Syari'ah di BPRS Khasanah Ummat

Pendekatan segmentasi pasar syari'ah yang digunakan oleh BPRS Khasanah Ummat yaitu:

- a. Berdasarkan melihat pasar, BPRS Khasanah Ummat menggunakan pendekatan *niche marketing* yang mana di BPRS Khasanah Ummat lebih fokus terhadap pasar yang belum dilayani dengan baik. Hal ini dilakukan dengan mengidentifikasi segmen yang sudah ada menjadi sub segmen yang lebih kecil. Dengan adanya *niche marketing* BPRS Khasanah Ummat dapat memahami nasabah dengan baik. Nasabah dan BPRS Khasanah Ummat mempunyai keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dengan tidak merugikan satu sama lain. Sehingga antara kedua pihak dapat saling melayani dengan baik pula.
- b. Berdasarkan karakteristiknya, BPRS Khasanah Ummat menggunakan pendekatan *static attribute segmentation* di mana dari segi geografisnya, yang menjadi segmen pembiayaan *musyarakah* BPRS Khasanah Ummat yaitu setiap kelompok masyarakat yang mempunyai usaha kecil dan menengah yang sebagian besar pengalokasiannya yaitu di pasar-pasar tradisional yang terletak di kawasan Banyumas, Cilacap dan Purbalingga.

Sedangkan dilihat dari segi demografisnya, nasabah BPRS Khasanah Ummat adalah mereka yang memiliki usaha produktif.

BPRS Khasanah Ummat secara langsung melakukan pendekatan terhadap lingkungan mikro maupun makro. Lingkungan mikro merupakan lingkungan yang dekat dengan bank dan langsung memengaruhi kegiatan bank yang bersangkutan. Lingkungan mikro bisa juga dikatakan sebagai kekuatan yang dekat dengan bank, sehingga memengaruhi kemampuan bank dalam melayani para pelanggan atau nasabahnya. Sedangkan lingkungan makro merupakan kekuatan yang lebih luas dari lingkungan mikro dan juga memengaruhi pemasaran bank. Tidak jarang juga lingkungan makro diartikan sebagai lingkungan yang jauh dari dunia perbankan.⁴¹

2. Segmen Pasar Pembiayaan *Musyarakah* di BPRS Khasanah Ummat

Dalam memilih segmen pasar, BPRS Khasanah Ummat lebih pada pemasaran terpadu yang mana produknya dipasarkan kepada sumber daya manusia yang berpotensi melakukan pembiayaan *musyarakah*. Segmen pembiayaan *musyarakah* di BPRS Khasanah Ummat adalah mereka para kontraktor yang sedang mengerjakan proyek-proyek. Rata-rata mereka berumur 40-an tahun yang memiliki *income* (pendapatan) yang memenuhi untuk melakukan pembiayaan *musyarakah* di BPRS Khasanah Ummat. Sebagian besar dari mereka adalah masyarakat golongan menengah ke atas.

BPRS Khasanah Ummat dengan cara memonitor dan memantau terus penggunaan dana yang diberikan kepada nasabah untuk mendapatkan hasil yang maksimal, sehingga dalam pelaksanaan akadnya sesuai dengan kondisi

⁴¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 81-83

yang ada. Hal ini yang mendorong untuk mengembangkan prinsip-prinsip ekonomi syari'ah. Untuk dapat melakukan pembiayaan *musyarakah* di BPRS Khasanah Ummat, ada beberapa persyaratan yang harus mereka penuhi, antara lain:

- a. Foto copy KTP suami istri.
- b. Foto copy kartu keluar.
- c. Adanya jaminan.
- d. Surat keterangan usaha atau pekerjaan.
- e. Nasabah menyampaikan laporan keuangan (laba rugi) bersedia disurvei.

BPRS Khasanah Ummat pun mempunyai target untuk menyalurkan pembiayaan minimal dua milyar setiap bulannya. Dengan target yang tidak sedikit tersebut, BPRS Khasanah Ummat mencari dan menerima nasabah tidak sembarangan dan harus teliti.⁴²

Pembiayaan *musyarakah* yang biasa digunakan oleh bank adalah jenis *musyarakah al-a'maal* dengan kombinasi akad yang berbeda di setiap bank. Akad ini dapat dikombinasikan dengan akad *ijarah*, *murabahah* dan *mudharabah*, tergantung bentuk produknya. *Musyarakah* yang digunakan di BPRS Khasanah Ummat adalah *musyarakah al-'inan* karena pemberian porsi dana maupun kerja atau bagi hasil oleh masing-masing pihak tidak harus sama dan identik sesuai dengan kesepakatan mereka.

⁴²Sumber Data: Hasil Wawancara Dengan Deddy Purwinto, Kabid Marketing BPRS Khasanah Ummat.

3. Proses Segmentasi Pasar Syari'ah di BPRS Khasanah Ummat

Ada beberapa langkah yang dilakukan BPRS Khasanah Ummat dalam melakukan segmentasi pasar, antara lain:

a. Pengelompokan berdasarkan kebutuhan

BPRS Khasanah Ummat mengelompokkan nasabah pembiayaan *musyarakah* ke dalam kelompok nasabah yang mempunyai usaha produktif yang mencari keuntungan besar untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Penetapan posisi pada segmen

BPRS Khasanah Ummat membidik dengan melihat karakteristik atau kebiasaan yang dimiliki oleh nasabah. Bidikan tersebut cenderung kepada orang yang aktif melakukan usahanya. Melalui hal ini bank melakukan pengembangan sumber daya. Pengembangan sumber daya yang dilakukan oleh BPRS Khasanah Ummat yaitu:

- 1) Dilihat dari aspek pengembangan *skill* (pendidikan) adalah dengan cara pelatihan-pelatihan baik internal maupun eksternal.
- 2) Untuk pengalokasian pemasaran BPRS Khasanah Ummat baik untuk pembiayaan *musyarakah* maupun produk lainnya yaitu kepada masyarakat pelaku ekonomi dan juga masyarakat yang membutuhkan permodalan.

Selain nasabah yang mempunyai *skill*, karyawan bank tidak kalah juga harus lebih menguasai berbagai aspek yang mendukung suksesnya BPRS Khasanah Ummat, maka dari itu ada sejenis pelatihan-pelatihan untuk mengurangi atau menghilangkan kebiasaan-kebiasaan kerja yang kurang

baik atau untuk mempelajari keterampilan-keterampilan baru yang akan meningkatkan prestasi kerja mereka.⁴³

c. Strategi kombinasi pemasaran

Dalam tahap ini yang digunakan BPRS Khasanah Ummat untuk memperluas strategi penetapan posisi segmen yaitu dengan memasukan aspek kombinasi pemasaran tempat dan promosi. Aspek kombinasi pemasaran tempat dilakukan dengan cara penambahan lokasi/ kantor cabang, yaitu terletak di tiga daerah antara lain:

- 1) Kantor Kas Karanglewas, Jl.Kertawibawa No. 9 Purwokerto Barat.
- 2) Kantor Kas Cerme, Jl. Raya Beji No. 3A Purwosari Baturaden.
- 3) Kios No. 26 Pasar Sumpiuh, Sumpiuh, Banyumas.

Perluasan daerah segmen pasar syari'ah BPRS Khasanah Ummat tersebut memiliki berbagai cara, antara lain:

- 1) Mengkaji dan menganalisa terlebih dahulu wilayah yang menjadi sasaran, apakah wilayah tersebut memiliki potensi yang bagus atau tidak.
- 2) Mengamati apakah daerah sasaran tersebut mempunyai potensi ekonomi untuk melakukan pembiayaan *musyarakah*. Jika proses tersebut telah dilakukan dan sesuai dengan keinginan dan potensi bank, maka bank bisa melakukan pemasaran di wilayah tersebut.⁴⁴

⁴³T. Tani Handoko, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*, (Yogyakarta: 1989), hlm.107.

⁴⁴Sumber Data: Hasil Wawancara Dengan Deddy Purwinto, Kabid Marketing BPRS Khasanah Ummat.

Sedangkan aspek kombinasi pemasaran promosi yang dilakukan di BPRS Khasanah Ummat yaitu dengan mencari peluang-peluang yang muncul di pasar, BPRS Khasanah Ummat memiliki mekanisme untuk memasarkan produk pembiayaan *musyarakah*, antara lain:

- 1) Melakukan penyebaran brosur.
- 2) Menginventarisir calon-calon nasabah pembiayaan yang potensial.
- 3) Melakukan sosialisasi secara langsung kepada calon nasabah dengan cara memberi pemahaman mengenai pembiayaan *bagi hasil/musyarakah*.
- 4) Banyak melakukan kunjungan pemasaran di wilayah-wilayah yang sektor ekonominya berkembang.
- 5) Strategi jemput bola kepada konsumen/ calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar baik.

Pengembangan pasar yang dilakukan BPRS Khasanah Ummat cenderung menggunakan perluasan pasar secara geografikal, pengembangan pasar tersebut sebagai upaya sistematis untuk menarik segmen baru di masyarakat. Artinya, pengembangan pasar, di samping untuk mempertahankan pelanggan lama agar mereka tetap menjadi nasabah BPRS Khasanah Ummat meskipun di pasaran terdapat bank pesaing yang menawarkan produknya, BPRS Khasanah Ummat menerapkan sistem pemasaran yang berbeda dan kreatif untuk menarik minat masyarakat.⁴⁵

⁴⁵Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumiaksara, 1998), hlm. 145.

4. Pelayanan BPRS Khasanah Ummat dalam Upaya Mendukung Proses Segmentasi Pasar Syari'ah

Dengan melalui berbagai tahapan segmentasi pasar syari'ah, BPRS Khasanah Ummat dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah, karena BPRS Khasanah Ummat memiliki pesaing yang terdiri dari pesaing yang sama atau sejenis, yaitu bank-bank yang ada baik bank umum, BPR, bank asing, bank swasta, atau bank pemerintah. Pesaing-pesaing tersebut merupakan lawan BPRS Khasanah Ummat yang memproduksi atau menjual barang yang sejenis di wilayah tertentu.⁴⁶ BPRS Khasanah Ummat memberi pelayanan terbaiknya disetiap komponen masyarakat yang bermitra dengan BPRS Khasanah Ummat. Selain itu keunggulan kompetitif paling besar yang dimiliki oleh BPRS Khasanah Ummat adalah pada pelayanan prima dan sistem jemput bola.⁴⁷ Pelayanan yang baik atau prima telah diterapkan oleh BPRS Khasanah Ummat itu sendiri. Pelayanan yang baik tersebut mempunyai ciri-ciri yang telah dilaksanakan oleh BPRS Khasanah Ummat, di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- b. Tersedia karyawan yang baik.
- c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.
- d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- e. Mampu berkomunikasi.

⁴⁶*Ibid*, hlm. 82

⁴⁷ Sumber Data: Hasil Wawancara Dengan Deddy Purwinto, Kabid Marketing BPRS Khasanah Ummat.

- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
 - g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
 - h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
 - i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.⁴⁸
5. Kendala yang Dihadapi BPRS Khasanah Ummat dalam Melakukan Segmentasi Pasar Syari'ah

Kendala yang harus dihadapi oleh BPRS Khasanah Ummat dalam pelaksanaan segmentasi pasar syari'ah adalah sebagai berikut:

- a. Tingkat persaingan (banyaknya bank umum syari'ah yang membuka unit mikro) dan tingkat nisbah margin yang ditawarkan bank kompetitor.
- b. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syari'ah (produk), sehingga menganggap sama saja dengan bank konvensional.
- c. Sosialisasi bank syari'ah juga belum menyeluruh ke masyarakat.

Dengan adanya kendala-kendala tersebut, BPRS Khasanah Ummat mempunyai beberapa cara untuk menyikapinya, antara lain:

- a. Selalu memberikan pelayanan prima yang mampu membuat kenyamanan para nasabah.
- b. Banyak melakukan sistem jemput bola sehingga memudahkan pelayanan nasabah.
- c. Melakukan pembinaan dan pengawasan secara berkala.
- d. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat untuk penyampaian pemahaman mengenai produk-produk bank secara syariah.⁴⁹

⁴⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, hlm. 186-187.

Di samping menyikapi kendala-kendala dengan cara-cara tersebut di atas, salah satu faktor yang mendukung berjalannya segmentasi pasar syari'ah adalah karakter yang baik yang dimiliki karyawan bank. BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas memiliki *marketer* yang seluruhnya telah dibekali bagaimana mereka seharusnya memasarkan produk bank dengan baik dan benar. Nilai kejujuran dan keadilan seperti yang telah Rasulullah SAW. perintahkan pun mereka telah mengaplikasikannya. Hal ini dikembangkan dengan cara sering mengadakan pelatihan-pelatihan dan pengajian secara rutin yang disampaikan oleh DPS (Dewan Pengawas Syari'ah).⁵⁰ Pelatihan-pelatihan dan pengajian yang diadakan bukan hanya diperuntukkan kepada *marketer* saja, tetapi kepada seluruh pegawai di BPRS Khasanah Ummat, sehingga semuanya bisa berjalan dengan semaksimal mungkin untuk menerapkan nilai-nilai yang sesuai *syari'at islam*. Bisa dikatakan bahwa hal ini membuktikan memang benar adanya perbedaan antara pemasaran syari'ah dengan pemasaran konvensional.

IAIN PURWOKERTO

⁴⁹Sumber Data: Hasil Wawancara Dengan Deddy Purwinto, Kabid Marketing BPRS Khasanah Ummat.

⁵⁰ Sumber Data: Hasil Wawancara Dengan Deddy Purwinto, Kabid Marketing BPRS Khasanah Ummat.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Dari uraian-uraian yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Segmentasi pasar syari'ah yang digunakan BPRS Khasanah Ummat melalui dua pendekatan, yaitu menggunakan pendekatan *static attribute segmentation* dan *niche marketing*, dimana pembagian pasar yang terbentuk berdasarkan letak geografis dan demografis.
2. Bahwasanya, segmentasi pasar yang dilakukan BPRS Khasanah Ummat terutama dilihat dari *marketer/* pemasarnya telah sesuai dengan *syari'ah marketing*. Dengan indikator sebagai berikut:
 - a. Penerapan pendekatan segmentasi pasar syari'ah berdasarkan karakteristiknya.
 - b. Proses segmentasi yang dilakukan oleh BPRS Khasanah Ummat, yaitu: pengelompokan berdasarkan kebutuhan, penetapan posisi pada segmen, dan strategi kombinasi pemasaran.
 - c. Mekanisme yang dilakukan dalam memasarkan produk pembiayaan *musyarakah* dengan cara melakukan sosialisasi secara langsung kepada nasabah.
 - d. Pengamalan sikap kejujuran para pemasar dalam memfasilitasi dan melayani nasabah dengan baik.

- e. Melakukan pengembangan pasar syari'ah dan pengembangan sumber dayanya.

B. Saran

1. BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas perlu melakukan peningkatan sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk BPRS Khasanah Ummat dengan segala keunggulan dan kemudahannya karena pemahaman dari masyarakat tentunya masih kurang tentang BPRS Khasanah Ummat.
2. BPRS Khasanah Ummat harus lebih kreatif dan inovatif dalam hal menyikapi perkembangan yang sedang terjadi, karena segmentasi pasarlah yang menjadi langkah awal untuk menentukan aktivitas bank.
3. BPRS Khasanah Ummat harus lebih mengembangkan pasar untuk memperluas pemasaran produk-produknya.
4. BPRS Khasanah Ummat perlu meningkatkan mutu produk-produk BPRS Khasanah Ummat Kembaran-Banyumas agar dapat bersaing dengan produk-produk sesama bank syari'ah maupun bank konvensional.
5. Tingkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat sehingga masyarakat merasa aman dan nyaman serta mampu menjadinasabah loyal BPRS Khasanah Ummat.
6. Tingkatkan terus kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) BPRS Khasanah Ummat agar bisa menjadi teladan bagi masyarakat umum dan bank-bank pesaing lainnya.
7. Pertahankan prestasi-prestasi yang telah dicapai BPRS Khasanah Ummat.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah: Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012.
- Daniel, Moehar, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2005.
- Handoko, T. Tani, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: 1989.
- Huda, Nurul & Mohammad Heykal., *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoretis Dan Praktis*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Ismail, *Perbankan Syari'ah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kartajaya, Hermawan. & Muhammad Syakir Sula., *Syari'ah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.
- Kasmir, *Manajemen Parbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- _____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008.
- _____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994.
- Lewis, Mervyn K. & Lativa M Algaoud., *Perbankan Syariah*, Jakarta: Serambi Ilmu Semesta, 2004.
- Muhammad, *Bank Syari'ah*, Yogyakarta : UPP AMP YPKN. 2005.
- _____, *Bank Syari'ah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2006.
- _____, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005.
- _____, *Manajemen Dana Bank Syari'ah*, Yogyakarta : Ekonisia, 2004.
- _____, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah: Edisi Revisi*, Yogyakarta : UII Press, 2000.
- Naja, Daeng, *Akad Bank Syariah*, Jakarta: Buku Seru, 2011.
- Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1998.

P. Siagian, Sondang, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1998.

Rivai, Veithzal & Arviyan Arifin., *Islamic Banking*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Swastha, Basu, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Liberty, 2007.

Tanzeh, Ahmad, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Teras, 2009.

Brosur Produk-Produk BPRS Khasanah Ummat.

Dokumen BPRS Khasanah Ummat.

<http://www.mediasyariahjurnal.com> (online).

<http://www.kredit-Ku.com>(online).



IAIN PURWOKERTO