

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN
PADA PEMBIAYAN *MURĀBAḤAH*
DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG
KANTOR CABANG PURWOKERTO BANYUMAS**



TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Ahli Madya (A.Md.)

Oleh:
RIZKI ADILLA NUGRAHENI
NIM: 1522203087

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rizki Adilla Nugraheni

NIM : 1522203087

Jenjang : Diploma III (D III)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Manajemen Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Implementasi Bauran Pemasaran pada Pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

Menyatakan bahwa Naskah Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian surat pernyataan ini saya buat. Apabila ada ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi dalam bentuk apapun.

Purwokerto, Juni 2018

Yang menyatakan,



Rizki Adilla Nugraheni

NIM. 1522203087

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tugas akhir dari Wari Sugiana, NIM. 1522203087 yang berjudul:

**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA
PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH*
DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG
KANTOR CABANG PURWOKERTO BANYUMAS**

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

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, Juni 2018

Pembimbing,



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 197807162009012006

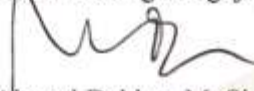
PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA
PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH*
DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG
KANTOR CABANG PURWOKERTO BANYUMAS

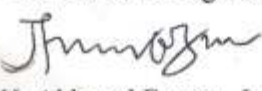
Yang disusun oleh Saudari **Rizki Adilla Nugraheni** (NIM. 1522203087) Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa**, tanggal **31 Juli 2018** Ahli Madya (A.Md.) dalam **Ilmu Manajemen Perbankan Syariah** oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

Ketua Sidang/Penguji



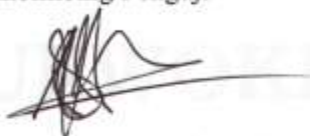
Ahmad Dahlan, M. Si.
NIP. 197310142003121002

Sekretaris Sidang/Penguji



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 197412172003121006

Pembimbing/Penguji



Sofia Yustiani Suryandari, M.Si.
NIP. 197807162009012006

Purwokerto, Agustus 2018

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

MOTTO

The Future depends on what we do in the present

“Mahatma Gandhi



PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya karya tulis yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan atas kehadiran Rasulullah SAW.

Penulis ingin mempersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat penulis kasihi dan sayangi, karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tua tercinta, H. Gunawan dan Hj. Nuraeni yang telah memberikan semangat dan doa lahir batin. Terimakasih telah berusaha bekerja dengan keras demi kelancaran kuliah saya selama 3 tahun ini. Terimakasih untuk waktu dan tenaga yang telah kalian curahkan untuk menafkahi saya sampai sejauh ini.
2. Kepada kakak-kakakku Aris Setiawan, Ety Handayani & Eny Setyowati. Terimakasih atas segala nasehat, semangat, dan doa kepada penulis sampai saat ini yang selalu diberikan kepada penulis. Sehingga membuat penulis menjadi pribadi yang lebih baik.
3. Teruntuk Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si. yang sudah bersedia menjadi dosen pembimbing untuk penulis yang sangat baik dan selalu memberikan arahan serta masukan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ulfi Candra Dwi Pangestu, sebagai sahabat, teman curhat dan teman seperjuangan selama PKL di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto, terimakasih atas doa, semangat, dukungan, bantuan dan kerjasamanya.
5. Teruntuk sahabat-sahabatku yang masih terjalin silaturahmi sampai saat ini yang selalu memberikan semangat serta doa kepada penulis sampai saat ini.
6. Teruntuk teman-teman D3 Manajemen Perbankan Syariah 2015 yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak.
7. Teruntuk keluarga besar BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto khususnya Taofik Abadi, S.E., selaku Kepala Cabang BPRS Bumi Artha

Sampang Kantor Cabang Purwokerto yang sudah bersedia memberikan waktunya untuk penulis memberikan informasi yang dibutuhkan tentang implemtasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan *Murābahah*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmahtullahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillahil'alamin, segala 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 "*Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Pembiayaan Murābahahābahahābahah di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto*". Tak lupa pula shalawat dan salam semoga selalu tercurah pada junjungan kita nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat hingga akhir zaman.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk program D III Manajemen Perbankan Syariah.

Untuk melangkah sampai disini, penulis tidaklah berjalan sendiri, melainkan dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun jh

Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
2. H. Sochimim, Lc., M.Si., Ketua program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, SP.,M.Si., Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Sofia Yustiani S, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, semoga kesabaran dan kebaikannya dalam membimbing penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin.
5. Drs. Attabik, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Lapangan.
6. Taofik Abadi, S.E., selaku Kepala Cabang BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto.
7. Seluruh karyawan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto tempat penulis melakukan penelitian. Terimakasih atas bimbingan, waktu yang telah disediakan, data dan penjelasan yang diberikan serta kesabaran dan

kerjasamanya. Semoga kebaikan yang diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin.

8. Seluruh dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman D3 Manajemen Perbankan Syariah 2015 yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak.
10. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Sangat besar harapan, tulisan, ide, gagasan dan apa yang telah penulis buat dan dokumentasikan dalam bentuk karya tulis tugas akhir ini dapat bermanfaat menjadi khasanah ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari pembaca yang budiman untuk menuju proses kesempurnaan.

Akhir kata, semoga dukungan, dorongan, bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini, mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amiin
Wassalamu'alaikumWarahmatullaahiWabarakatuh.

Purwokerto, Juni 2018

IAIN PURWOKERTO



Rizki Adilla Nugraheni
NIM. 1522203087

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	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	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
→	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
— [◌]	Ḍamah	U	U

Contoh:

كَتَبَ -*kataba* يَذْهَبُ - *yazhabu*

فَعَلَ -*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* هَوَّلَ - *hauila*

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... /	<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 ḥarakat *fathah*, *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:

روضه الأطفال	<i>Rauḍah al-Atfāl</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 - *rabbānā*

نزل - *nazzala*

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>
Hamzah di akhir	التوء	<i>an-nau'u</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*

فاوفوا الكيل والميزان : *fa aufū al-kaila wa al-mīzan*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

وما محمد الا رسول

Wa maā Muhammadun illaā rasūl.

ولقد راه بالافق المبين

Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLIERASI ARAB-LATIN	x
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Maksud Tujuan Tugas Akhir	8
D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir	8
E. Metodologi Penulisan Tugas Akhir	9
1. Jenis Penelitian	9
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	9
3. Subyek dan Obyek Penelitian	9
4. Sumber Data	10
5. Teknik Pengumpulan Data	10
6. Teknik Analisis Data	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	13

1. Pengertian Pemasaran	13
2. Bauran Pemasaran	13
3. Pengertian Pembiayaan	19
4. Tujuan Pembiayaan	20
5. Pengertian <i>Murābahah</i>	22
6. Dasar Hukum <i>Murābahah</i>	23
7. Rukun dan Syarat <i>Murābahah</i>	24
B. Penelitian Terdahulu	25
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29
1. Sejarah PT. BPRS Bumi Artha Sampang	29
2. Tujuan Pendirian PT. BPRS Bumi Artha Sampang	30
3. Visi dan Misi PT. BPRS Bumi Artha Sampang	31
4. Motto dan Etos Kerja PT. BPRS Bumi Artha Sampang ...	32
5. Kelembagaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang	32
6. Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas	32
7. Fungsi, Tugas dan Tanggung Jawab Bagian di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas	34
8. Produk-Produk BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas	45
B. Implementasi Bauran Pemasaran pada Pembiayaan <i>Murābahah</i> di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas	49
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Jumlah Nasabah 2016	4
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. Daftar Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Murābahah</i> Tahun 2016 - 2017	57



DARTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto	33
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Blangko Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2. Pedoman Wawancara
- Lampiran 3. Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 4. Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 5. Sertifikat Bahasa Arab
- Lampiran 6. Serifikat Komputer
- Lampiran 7. Sertifikat PKL
- Lampiran 8. Brosur Produk-Produk BPRS Bumi Artha Sampang
- Lampiran 9. Brosur Syarat-Syarat Permohonan Pembiayaan
- Lampiran 10. Formulir Permohonan Pembiayaan Pegawai
- Lampiran 11. Formulir Permohonan Pembiayaan
- Lampiran 12. Daftar Riwayat Hidup



IAIN PURWOKERTO

IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH* DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR CABANG PURWOKERTO BANYUMAS

Rizki Adilla Nugraheni

NIM. 1522203087

Email: Rizkiadillatrr@gmail.com

Program D III Manajemen Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Pembiayaan *Murābahah* adalah pembiayaan yang paling banyak diminati oleh nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto Banyumas. Untuk mempertahankan dan menambah jumlah nasabah maka diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat. Bauran pemasaran merupakan inti dari sistem pemasaran yang semua itu dijalankan untuk memberikan persuasif kepada masyarakat umum. Dengan melakukan pengkajian penerapan bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah* ini maka dapat diketahui seberapa besar pengaruhnya terhadap pengurangan atau penambahan jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *Murābahah* dari tahun ke tahun.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implemementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas. Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis deskriptif, teknik ini digunakan penulis untuk mendeskripsikan data-data yang telah diperoleh tentang impelementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

Dalam implementasi bauran pemasaran ada empat unsur (*product, price, place, promotion*). Produk Pembiayaan *Murābahah* yang ditawarkan BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas terdiri dari 3 macam yaitu pembiayaan *Murābahah* modal kerja, investasi dan konsumsi. Harga atau margin yang diambil sebesar 1,4% untuk angsuran tiap bulannya. Tempat atau lokasi distribusi terletak di tengah kota purwokerto, namun lokasi kantornya sendiri kurang strategis karena terletak di jalan alternatif. Promosi yang dilakukan yaitu dengan mempromosikan produknya melalui brosur, radio, koran, internet, pameran serta melalui kegiatan sosial. Terjadi peningkatan jumlah nasabah hanya pada pada pembiayaan *Murābahah* Konsumsi yaitu sebesar 16,47%. Penyebabnya yaitu karena banyak nasabah yang tidak membayarkan angsurannya (pembiayaan macet) sehingga BPRS melakukan tindakan hapus buku mengakibatkan pengurangan jumlah nasabah.

Kata kunci: *Product, Price, Place, Promotion, Pembiayaan Murābahah*

**THE MARKETING MIX IMPLEMENTATION ON THE
MURĀBAHAḤ FINANCING IN BPRS BUMI ARTHA SAMPANG
BRANCH OFFICE PURWOKERTO BANYUMAS REGENCY**

Rizki Adilla Nugraheni

NIM. 1522203087

Email: Rizkiadillatrr@gmail.com

Program D III Management of Islamic Banking
Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI)
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

Murābaḥaḥ financing is the most popular financing by customers of BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto Banyumas regency. To maintain and increase the number of customers, an appropriate marketing strategy is required. The marketing mix is the core of the marketing system that is created to provide persuasion to the general public. By reviewing the marketing mix application on *Murābaḥaḥ* financing, it can be seen how much influence it has on reducing or increasing the number of customers who performs in *Murābaḥaḥ* from year to year.

The purpose of this research is to find out how the marketing mix implementation on the *Murābaḥaḥ* financing in BPRS Bumi Artha Sampang Branch Office Purwokerto Banyumas Regency. This research is a field research conducted at BPRS Bumi Artha Sampang Branch Office Purwokerto Banyumas Regency. In the collection of the data writer uses observation, interview, documentation. The technique used to analyze the data is the descriptive analysis, this technique is used by the writer to describe the data that have been obtained on the marketing mix implementation on the *Murābaḥaḥ* financing in BPRS Bumi Artha Sampang Branch Office Purwokerto Banyumas Regency.

In the implementation of the marketing mix there are four elements (product, price, place, promotion). *Murābaḥaḥ* Financing Products offered by BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas Regency consist of 3 types, namely financing *Murābaḥaḥ* working capital, investment and consumption. Price or margin taken is 1.4% for monthly installments. The place or location of distribution is located in the middle of Purwokerto city, but the location of the office itself is less strategic because it is located on an alternative road. The promotion was carried out by promoting its products through brochures, radio, newspapers, internet, exhibitions and through social activities. There is an increase in the number of customers only in financing the *Murābaḥaḥ* consumption of 16.47%. The reason is because many customers do not pay their installments (non-performing loans) so BPRS performs book deletion, involving reducing the number of customers.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, *Murābaḥaḥ* Financing

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau yang sering disebut dengan *interest-free banking*. Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat dilepaskan dari asal-usul perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respons dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan Muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam. Utamanya adalah berkaitan dengan pelarangan praktik riba, kegiatan *maysir* (spekulasi), dan *gharrar* (ketidakjelasan).¹

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau yang biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadis Nabi SAW. atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.²

Menurut jenisnya, bank syariah terbagi menjadi dua yaitu Bank Umum Syariah dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Sebelum mengurai perbedaan cakupan wilayah antara keduanya, dalam uraian berikut ini akan dikemukakan pengertian bank umum yang mana di dalamnya tercakup bank Muamalat Indonesia serta bank perkreditan rakyat menurut versi undang-undang No. 10 Tahun 1998. Kebijakan perundangan ini diperkuat oleh Keputusan Menteri Koperasi Pengusaha Kecil dan Menengah Republik

¹ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), hlm. 1.

² Ibid., hlm. 2.

Indonesia No. 53/BH/KDK 13.32/1.2/XII/1998, pengesahan Perubahan Anggaran Dasar Koperasi No. 165/PAD/KDK/ 13.32/1.2/V/1999, serta izin usaha dari Menteri Keuangan untuk beroperasi dengan prinsip bagi hasil seperti bank perkreditan raktat (BPR) Syariah.

Dalam pasal-pasalnya, UU No. 10 Tahun 1998 secara jelas dinyatakan hakekat bank syariah yang melaksanakan kegiatan atas dasar prinsip syariah. Pasal 1 ayat 3 undang-undang tersebut dikatakan bahwa, Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. (Pasal 1 ayat 3).

Sedangkan dalam pasal 1 ayat 4 UUP yang sama juga ditegaskan tentang Bank Perkreditan Rakyat (BPR) sebagai berikut, Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dengan memperhatikan dua rumusan tersebut, maka secara eksplisist ditemukan adanya perbedaan wilayah operasi antara kedua jenis bank islam. Bank Islam jenis pertama (bank umum) memiliki wilayah yang lebih luas yakni mengkhususkan diri untuk melaksanakan kegiatan tertentu atau memebri perhatian yang lebih besar kepada kegaiatan tertentu. Dalam upaya memobilisasi dana masyarakat, bank umum dapat menerima simpanan dalam bentuk giro dan deposito, dan usahanya pengumpulan dan memberikan dan kredit jangka pendek.³ Berbeda dari bank umum, bank perkreditan rakyat yang beroperasi dalam wilayah yang terbatas sebagai bank desa dan sejenisnya memiliki batas-batas operasional yaitu, menerima tabungan, menerima simpanan dalam bentuk deposito, tidak diperkenankan ikut dalam lalu lintas giro, serta menerima dan memberikan kredit (pembiayaan).⁴

³ Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Inonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 33-34.

⁴ *Ibid.*, hlm.37-38.

Adapun kegiatan usaha BPRS Bumi Artha Sampang Cabang Purwokerto Banyumas terdiri dari aktivitas *funding*, *financing* dan produk jasa bank. Prinsip operasional yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat antara lain :

1. *Wadiah*, dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu ataupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.⁵
2. *Mudharabah*, adalah akad yang digunakan dalam perjanjian antara pihak penanamdana dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.⁶

Prinsip operasional yang diterapkan dalam penyaluran dana masyarakat antara lain:

1. *Murābahah*, merupakan akad jual beli yang terjadi antara pihak bank islam selaku penyedia barang yang menjual dengan nasabah yang memesan dalam rangka pembelian barang itu. Keuntungan yang diperoleh dari pihak bank islam dalam transaksi ini merupakan keuntungan jual beli yang telah disepakati secara bersama.⁷
2. *Musyarakah*, adalah transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana dan/atau barang untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.⁸
3. *Mudharabah*, adalah akad kerja sama antara dua pihak, yaitu pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak kedua menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak.

⁵ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 85.

⁶ Muhamad, *Audit & Pengawasan Syariah pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2011), hlm.44.

⁷ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta:Kencana,2010), hlm.43.

⁸Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah ...*, hlm.44.

Apabila rugi, kerugian tersebut ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari pengelola,. Apabila kerugian diakibatkan kelalaian pengelola, pengelolalah yang bertanggung jawab.⁹

4. *Qardh*, adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan.¹⁰
5. *Ijarah*, adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dan/ atau jasa antara pemilik objek sewa termasuk kepemilikan hak pakai atas objek sewa dengan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas objek sewa yang disewakan.¹¹

Prinsip operasional yang diterapkan dalam produk jasa bank, dalam BPRS Bumi Artha Sampang Cabang Purwokerto Banyumas yaitu akad wakalah. Wakalah adalah akad pelimpahan kekuasaan atau pemberian kuasa untuk hal-hal yang boleh diwakilkan dari satu pihak kepada pihak lain.¹²

BPRS Bumi Artha Sampang Cabang Purowokerto memiliki jumlah nasabah per Desember 2016 yang dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar Jumlah Nasabah 2016

Jenis Produk	Jumlah Nasabah 2016
Tabungan <i>Wadi'ah</i>	717
Pembiayaan <i>Mudharabah</i>	11
Pembiayaan <i>Murābahah</i>	297

Dilihat dari tabel jumlah nasabah BPRS Bumi Artha Sampang Cabang Purwokerto Banyumas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa produk pembiayaan yang paling diminati oleh nasabah adalah produk pembiayaan jual beli *Murābahah*. Hal ini pasti tidak akan terlepas dari strategi pemasaran yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang Cabang Purwokerto Banyumas.

33. ⁹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung:Pustaka Setia, 2013), hlm.

¹⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik...*, hlm.131.

¹¹ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah...*, hlm. 52.

¹² Muhamad, *Audit & Pengawasan Syariah pada Bank Syariah...*, hlm. 97.

Strategi pemasaran untuk perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah hal yang sangat menarik dan merupakan keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia (Gita Danupranata, 2013: 40). *Marketing mix* merupakan kombinasi dari empat variabel yaitu; produk, *price* (harga), *promotion* dan *place* (tempat) atau yang dikenal dengan konsep 4P.¹³

Jerome Mc-Carthy dalam Kotler merumuskan bauran pemasaran menjadi 4 komponen P yaitu (Kotler, 1987: 120);

Pertama; Produk, adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya (Buchari, 2000: 8).

Kedua; Price (Harga), adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Basu Swastha, 1990: 241). Strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Lupiyodi menyatakan *Pricing* juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi *supply* atau *marketingchannels*. Akan tetapi yang paling penting adalah keputusan dalam *pricing* harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan (Lupiyodi, 2001: 250).

Ketiga; Place (Lokasi), adalah dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk (Lupiyodi, 2001: 255). Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang (Lupiyodi, 2001: 261). Penentuan lokasi sangat penting mengingat apabila salah satu dalam menganalisis akan berakibat

¹³ Zamroni dan Wahibur Rokhman, "Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah di Kudus", Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4, Nomor 1, Juni 2016, hlm. 99.

meningkatkan biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu:

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan): apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dengan kata lain harus strategis.
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen: Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti *service provider* dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, internet atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak dapat terlaksana.

Keempat: Promosi, adalah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens. Komunikasi adalah proses membagi ide, informasi atau perasaan audiens (Buchari Alma, 2000: 135). Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.¹⁴

Strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan mulai pasar yang dimasuki dan program pemasaran

¹⁴ Ibid., hlm. 100-102.

yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut.¹⁵ Strategi pemasaran untuk perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran (marketing mix) adalah hal yang menarik dan juga merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia.¹⁶

Bauran pemasaran merupakan inti dari sistem pemasaran yang semua itu dijalankan untuk memberikan persuasif kepada masyarakat umum. Pengkajian implementasi bauran pemasaran khususnya pada pembiayaan *Murābahah* ini merupakan hal yang sangat penting. Karena, dengan melakukan pengkajian penerapan bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah* ini maka dapat diketahui seberapa besar pengaruhnya terhadap pengurangan atau penambahan jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *Murābahah* dari tahun ke tahun. Sehingga dapat dijadikan bahan acuan bagi BPRS dalam peningkatan mutu khususnya dalam strategi pemasarannya.

Dari uraian di atas, maka penelitian ini akan berusaha melakukan telaah terhadap penerapan bauran pemasaran pada pembiayaan jual beli *Murābahah*. Maka melalui Tugas Akhir ini, penulis mengambil judul **“IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PEMBIAYAAN MURĀBAHAH DI BPRS BUMI ARTHA SAMPANG KANTOR CABANG PURWOKERTO BANYUMAS”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka perumusan masalah ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana Implementasi Bauran Pemasaran pada Pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas?”

¹⁵ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008), hlm . 6

¹⁶ Musrifah, *Implementasi Bauran Pemasaran (marketing mix) Pada tabungan Faedah Di BRI Syariah KCP AjibarangBanyumas*, Laporan Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, 2015.

C. Maksud dan Tujuan

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka perumusan masalah ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan Bauran Pemasaran pada Pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

D. Manfaat Penulisan Tugas Akhir

1. Bagi Penulis

- a. Menambah wawasan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama mengikuti perkuliahan di IAIN Purwokerto Jurusan Manajemen Perbankan Syariah.
- b. Mengetahui bagaimana penerapan ilmu yang diperoleh di IAIN Purwokerto pada realitanya yang terjadi di lapangan.
- c. Sebagai syarat untuk meraih gelar Ahli Madya pada Program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah.

2. Bagi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas

Dari penelitian ini, diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu masukan bagi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas dalam pengambilan keputusan atau kebijakan.

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Untuk menambah perbendaharaan ilmiah di perpustakaan IAIN Purwokerto.
- b. Untuk sebagai bahan referensi bagi pihak lain yang ingin mengangkat permasalahan yang sama.

E. Metodologi Penulisan Tugas Akhir

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.¹⁷Penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi lingkungan sesuatu unit sosial, individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.¹⁸

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan waktu pelaksanaan penelitian yang dilakukan penulis bersamaan dengan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Prodi Diploma III (DIII) Manajemen Perbankan Syari'ah yaitu bertempat di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas yang beralamatkan di Jl. Kalibener No. 14 Purwokerto, Jawa Tengah, yang akan dilaksanakan mulai hari senin, 22 Januari 2018 sampai dengan hari kamis, 22 Februari 2018.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas. Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah bagaimana Implementasi Bauran Pemasaran pada Pembiayaan *Murābahah* yang dilaksanakan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2011), hlm. 3

¹⁸ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 20011), hlm. 80.

4. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data skunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan atau yang memakai data tersebut.¹⁹ Dalam hal ini data yang diperlukan diperoleh dari BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang tidak secara langsung dikumpulkan oleh orang yang berkepentingan dengan data tersebut.²⁰

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengalaman. Memang dapat dipelajari metode-metode pengumpulan data yang lazim digunakan, tetapi bagaimana mengumpulkan data dilapangan, dan bagaimana menggunakan teknik tersebut dilapangan atau dilaboratorium.²¹ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, diantaranya :

a. Observasi (Pengamatan)

Teknik observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.²² Dalam observasi penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung mengenai sistem operasional dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

¹⁹ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 80.

²⁰ Ibid.,

²¹ Ibid., hlm. 83.

²² Ibid., hlm. 84.

Teknik observasi sebagai alat pengumpulan data ini banyak digunakan untuk mengukur tingkahlaku ataupun proses terjadinya suatu kegiatan yang dapat diamatibaik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi buatan.²³Dalam teknik ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam tentang operasional di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas, khususnya mengenai informasi penerapan Bauran Pemasaran di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan *interview* pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan.*Interview guide* sudah harus disusun dan pewawancara harus mengerti akanisi serta makna dari *interview guide* tersebut. Dalam pengertian yang lain wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi sumber data atau obyek penelitian.²⁴Dalam hal ini penulis melakukan wawancara secara terstruktur dan tidak terstruktur kepada pihak BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas yaitu kepada Bapak Taofik Abadi S.E., selaku Kepala Cabang BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

c. Teknik Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.Metode ini dilakukan dengan melihat dokumen-dokumen resmi seperti monografi, catatan-catatan serta buku-buku peraturan yang ada.Dokumen sebagai metode pengumpulan data adalah setiap pernyataan tertulis yang disusun oleh seseorang atau

²³ Ibid., hlm. 84.

²⁴ Ibid.,hlm. 89.

lembaga untuk keperluan pengujian suatu peristiwa atau menyajikan akunting.²⁵

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.²⁶ Analisis data ini dilakukan setelah data yang diperoleh dari sampel melalui instrumen yang dipilih dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian atau untuk menguji hipotesa yang diajukan melalui penyajian data.²⁷

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Dimana mendeskripsikan tentang masalah yang ada, kemudian menganalisisnya dan dilakukan sebelum memasuki lapangan dan selama dilapangan. Metode ini digunakan penulis untuk mendeskripsikan data-data yang telah diperoleh tentang bagaimana penerapan Bauran Pemasaran pada pembiayaan *Murābahah* di PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.

IAIN PURWOKERTO

²⁵ Ibid., hlm. 92-93.

²⁶ Ibid., hlm. 95.

²⁷ Ibid., hlm. 96.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dapat dikatakan pula bahwa pemasaran terdiri dari serangkaian prinsip untuk memilih pasar sasaran (*Target Market*), mengevaluasi kebutuhan konsumen, mengembangkan barang dan jasa pemuas keinginan, memberikan nilai kepada konsumen dan laba bagi perusahaan. Maka tidaklah mengherankan jika hampir semua perusahaan manufaktur maupun jasa/konsultan menerapkan rencana-rencana pemasaran.

Pengertian lain dari pemasaran menyebutkan bahwa, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial antara individu atau kelompok dengan individu atau kelompok lain agar mereka memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai. (Kotler, et., 1996)²⁸

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah dapat diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.²⁹

2. Bauran Pemasaran

Bauran Pemasaran/*Marketing Mix* adalah kombinasi dari empat variabel/kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Atau dengan kata lain, *marketing mix* merupakan kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan/bank untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Oleh karena

²⁸ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 6.

²⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 61.

itu, dapat dikatakan bahwa, “*marketing mix*” merupakan satu perangkat yang menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang dipilih.³⁰

Seperti yang telah tersebut di muka bahwa, variabel bauran pemasaran terdiri atas 4 (empat) komponen yaitu yang dikenal dengan 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) atau produk, harga, distribusi, dan promosi. Berikut ini akan ditelaah satu persatu elemen *marketing mix* tersebut:

a. *Product* (produk)

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.³¹

Setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapat respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Khusus dengan yang berkaitan dengan produk, strategi ini kita kenal dengan nama strategi produk.

Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:³²

1) Penentuan Logo dan Moto

Logo merupakan ciri khas suatu bank sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan misi dan visi bank dalam melayani masyarakat.

³⁰Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm. 246.

³¹ Philip Kotler & A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 560.

³²Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 141-143.

2) Menciptakan Merek

Untuk berbagai jenis jenis jasa bank yang ada perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan.

3) Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian pelayanan atau jasa kepada para nasabah di samping juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya seperti buku tabungan, cek, bilyet giro, atau kartu kredit.

4) Keputusan Label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label dijelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya, waktu kadaluarsa, komposisi isi, dan informasi lainnya.

Perlu diingat bahwa masing-masing produk memiliki daur hidup produk (*Product life circle*). Oleh karena itu, pihak bank perlu mengembangkan produk baru. Strategi pengembangan produk baru penting mengingat tidak selamanya produk yang kita tawarkan laku di pasar.

b. *Price* (harga)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan.³³ Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga juga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi.³⁴

³³ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm. 285.

³⁴ Philip Kotler & A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia...*, hlm. 634.

Menentukan harga jual produk berupa jasa yang ditawarkan dalam perbankan syariah merupakan salah satu faktor terpenting untuk menarik minat nasabah.³⁵ Penentuan harga oleh suatu bank dimaksudkan dengan berbagai tujuan yang hendak dicapai.³⁶ Tujuan bank menetapkan harga (bunga), provisi, komisi dan biaya-biaya *ataufee* adalah sebagai berikut:³⁷

1) *Survival*

Merupakan usaha untuk tidak melaksanakan tindakan-tindakan untuk meningkatkan keuntungan ketika bank sedang dalam kondisi pasar yang kurang menguntungkan.

2) *Profit Maximization*

Penetapan harga bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dalam periode tertentu.

3) *Sales Maximization*

Pada harga awal seringkali ditetapkan rendah (merugikan) karena bertujuan untuk membangun pangsa pasar.

4) *Prestige*

Tujuan penetapan harga di sini adalah untuk memposisikan jasa bank sebagai jasa yang memiliki citra tinggi (*eksklusif*).

5) *One Price Policy*

Bank menetapkan kebijakan satu harga atau harga yang sama kepada semua debitur, dalam jumlah yang sama dan dengan persyaratan pemberian kredit yang sama pula.

6) *Variable Price Policy*

Seringkali untuk nasabah yang baik atau *prime customer* ditawarkan harga kredit yang bervariasi sehingga harga yang terjadi dari hasil tawar menawar akan menjadi lebih rendah. Harga ditetapkan dapat pula bertujuan untuk mencegah persaingan yaitu, dengan kesepakatan antar bank melalui perhimpunan bank.

³⁵Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 292.

³⁶Ibid., hlm. 153.

³⁷Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm. 286-287.

c. *Place* (lokasi/ distribusi)

Lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan.³⁸ Kantor bank pada umumnya cenderung mendekati nasabah dan mendekati kantor bank lain dan Bank Indonesia serta dekat dengan pusat-pusat perdagangan. Pentingnya lokasi bagi suatu bank, tergantung dari tipe dan derajat interaksi yang terlibat. Interaksi antara nasabah dengan jasa bank terbagi dalam tiga tipe:³⁹

- 1) Nasabah mendatangi penyedia jasa bank
- 2) Penyedia jasa bank mendatangi nasabah
- 3) Transaksi bisnis jasa bank yang dilakukan melalui bantuan alat elektronik.

Sebagian besar produsen memasarkan produk/jasanya dengan menggunakan perantara pemasaran melalui suatu sistem saluran distribusi. Saluran distribusi adalah kumpulan dari beberapa perusahaan atau perorangan yang mengambil alih hak atau pembantu dalam pengalihan hak atas barang/jasa tertentu, selama barang/jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.⁴⁰ Melakukan penetrasi pasar perbankan syariah yang baik tidak akan berhasil jika tidak didukung oleh tempat atau saluran distribusi yang baik pula, untuk menjual jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Menyebarkan unit pelayanan syariah hingga ke pelosok daerah adalah sebuah kehasratan jika ingin melakukan penetrasi pasar dengan baik. Memang, dibutuhkan modal yang tidak sedikit jika harus dilakukan secara serentak atau bersamaan. Paling tidak, dibutuhkan waktu dan dilakukan secara bertahap atau bisa juga dengan melakukan sistem kerja sama (*partnership*) dengan unit-unit pelayanan sejenis agar jasa yang ditawarkan dengan berbasiskan syariah tersebut bisa

³⁸Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm.163.

³⁹Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm.311.

⁴⁰Ibid., hlm.309.

sampai dan menyebar hingga ke pelosok-pelosok daerah di Indonesia.⁴¹

d. *Promotion* (promosi)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga-kegiatan diatas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga yang akan meningkatkan citra bank dimata para nasabahnya.⁴² Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya, antara lain sebagai berikut:⁴³

1) Periklanan (*Advertising*)

Merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi atau radio-radio.

2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.

⁴¹ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm.292.

⁴² Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 175-176.

⁴³ *Ibid.*, hlm. 176-177.

3) Publisistas (*Publicity*)

Merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.

4) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan bank dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.

3. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan (*financing*) merupakan istilah yang dipergunakan dalam bank syariah, sebagaimana dalam bank konvensional disebut dengan kredit (*lending*). Dalam kredit keuangan berbasis pada bunga (*interest based*), sedangkan dalam pembiayaan (*financing*) berbasis pada keuntungan riil yang dikehendaki (*margin*) atau pun bagi hasil (*profit sharing*).⁴⁴

Pembiayaan dalam perbankan syariah atau istilah teknisnya aktiva produktif, menurut ketentuan Bank Indonesia adalah penanaman dana bank syariah baik dalam rupiah maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga syariah, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen dan kontijensi pada rekening administratif serta sertifikat *wadiah* Bank Indonesia.⁴⁵

Dalam pasal 1 angka 25 Undang-undang No. Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Pembiayaan adalah penyedia dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa:

- a. Transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*;
- b. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah mutahiya bittamlik*;

162. ⁴⁴ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm.

⁴⁵ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah...*, hlm. 302.

- c. Transaksi jual beli dalam bentuk piutang *Murābahah*, *salam*, dan *istishna'*;
- d. Transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*; dan
- e. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank syariah dan/atau UUS dan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan/atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan *ujrah*, tanpa imbalan, atau bagi hasil.

Merujuk pada pasal di atas, maka pembiayaan bank syariah dari aspek alur keuangan dapat diklasifikasikan dalam dua aktiva, *earning assets* dan *non earning assets*. *Earning assets* yaitu aktiva yang menghasilkan profit, biasanya berupa investasi dalam bentuk pembiayaan:

- a. Bagi hasil (*mudharabah*, *musyarakah*).
- b. Sewa-menyewa (*ijarah*).
- c. Sewa beli (*ijarah mutahiya bittamlik*)
- d. Jual beli piutang (*Murābahah*, *salam*, dan *istishna'*)

Pembiayaan *non earning assets* yaitu aktiva yang tidak bertujuan untuk mencari keuntungan. Dalam bank syariah, *non earning assets* berupa investasi dalam bentuk *qardh*, atau investasi sosial lain.⁴⁶

4. Tujuan Pembiayaan

Pembiayaan merupakan sumber pendapatan bagi bank syariah. Tujuan pembiayaan yang dilaksanakan perbankan syariah terkait stakeholder, yakni:⁴⁷

- a. Pemilik

Dari sumber pendapatan di atas, para pemilik mengharapkan akan memperoleh penghasilan atas dana yang ditanamkan pada bank tersebut.

⁴⁶ Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik...*, hlm. 162-163.

⁴⁷ Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah...*, hlm. 303-304.

b. Pegawai

Para pegawai mengharapkan dapat memperoleh kesejahteraan dari bank yang dikelolanya.

c. Masyarakat

1) Pemilik dana

Sebagaimana pemilik, mereka mengharapkan dari dana yang diinvestasikan akan diperoleh bagi hasil.

2) Debitur yang bersangkutan

Para debitur, dengan penyediaan dana baginya, mereka terbantu guna menjalankan usahanya (sektor produktif) atau terbantu untuk pengadaan barang yang diinginkannya (pembiayaan konsumtif).

3) Masyarakat umumnya-konsumen

Mereka dapat memperoleh barang-barang yang dibutuhkannya.

d. Pemerintah

Akibat penyediaan pembiayaan, pemerintah terbantu dalam pembiayaan pembangunan negara, disamping itu akan diperoleh pajak (berupa pajak penghasilan atas keuntungan yang diperoleh bank dan juga perusahaan-perusahaan).

e. Bank

Bagi bank yang bersangkutan, hasil dari penyaluran pembiayaan, diharapkan bank dapat meneruskan dan mengembangkan usahanya agar tetap *survival* dan meluas jaringan usahanya, sehingga semakin banyak masyarakat yang dapat dilayaninya.

Tujuan pembiayaan yang lain terdiri dari dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan:⁴⁸

- a. *Profitability* yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah.

⁴⁸ Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hlm. 6.

- b. *Safety* yakni kewanalaan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti.

5. Pengertian *Murābahah*

Murābahah adalah jual beli barang dengan harga jual sebesar biaya perolehan ditambah keuntungan yang telah disepakati dan penjual harus mengungkapkan biaya perolehan barang tersebut kepada pembeli (PSAK 102 paragraf 5).⁴⁹

Murābahah didefinisikan oleh para *Fuqahah* sebagai penjualan barang seharga biaya/harga pokok (*cost*) barang ditambah *mark-up* atau *margin* keuntungan yang disepakati. Karakteristik *Murābahah* adalah bahwa penjual harus member tahu pembeli mengenai harga pembelian produk dan menyatakan jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya (*cost*) tersebut.⁵⁰

Dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 04/DSN-MUI/IV/2000. Pengertian *Murābahah*, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.⁵¹

Berdasarkan penjelasan diatas, maka pengertian *Murābahah* adalah : “Jual-beli yang mana si penjual berkewajiban menyampaikan harga kulakanya kepada si pembeli ditambah keuntungan yang telah disepakati antara si penjual dengan si pembeli. Negosiasi atau tawar-menawar dalam jual-beli *Murābahah* terjadi bukan pada “harga jual-beli barang” tetapi lebih pada besarnya keuntungan yang akan disepakati para pihak”.⁵²

⁴⁹ Rizal Yaya, Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2016), hlm. 160.

⁵⁰ Wiroso, *Jual Beli Murābahah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm 13.

⁵¹ Osmad Muthaher, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm.

⁵² Sugeng Widodo, *Moda Pembiayaan Lembaga keuangan Islam Prespektif Aplikatif*, (Yogyakarta: Kaukaba, 2014), hlm. 409-410.

6. Dasar Hukum *Murābahah*

a. QS. Al Baqarah [2]: 27

..... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا.....

“...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”

b. Hadits

Artinya: “ Dari Suhaib ar-Rumi ra. bahwa Rasulullah SAW bersabda “tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, *muqaradhah* (*mudharabah*) dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual””. (HR. Ibnu Majah).⁵³

c. Pengaturan dalam Hukum Positif

- 1) Pasal 1 ayat (13) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan;
- 2) PBI No. 9/19/PBI/2007 jo. PBI No. 10/16/2008 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah;
- 3) Peraturan Bank Indonesia Nomor 10/17/PBI/2008 tentang Produk Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah;
- 4) Ketentuan pembiayaan *murabahah* dalam praktik perbankan syariah di Indonesia dijelaskan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murābahah*;
- 5) Pasal 19 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang mengatur mengenai kegiatan usah Bank Umum Syariah yang salah satunya adalah pembiayaan *Murābahah*.⁵⁴

⁵³Binti Nur Asiyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah...*, hlm. 225.

⁵⁴ Bagya Agung Prabowo, *Aspek Hukum Pembiayaan Murābahah pada Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2012), hlm. 29.

7. Rukun & Syarat *Murbahah*

a. Rukun *Murābahah*

Dalam perikatan (akad) jual beli di pandang sah apabila telah terpenuhinya rukun dan syarat. Dalam hal ini para ulama berbeda pendapat, diantaranya ialah sebagai berikut:

- 1) Rukun jual beli menurut Madzab Hanafi adalah ijab dan kabul.
- 2) Menurut Jumhur Ulama, ada 4 (empat) yaitu:
 - a) Orang yan berakad (penjual dan pembeli).
 - b) *Sighat* (lafal ijab dan kabul).
 - c) Barang yang diakadkan.
 - d) Ada nilai tukar pengganti barang.⁵⁵

b. Syarat *Murābahah*

Syarat jual beli adalah sesuai dengan rukun jual beli yaitu:

- 1) Syarat orang yang berakal
Orang yang melakukan jual beli harus memenuhi:
 - a) Berakal, oleh karena itu, jual beli yang dilakukan anak kecil dan orang gila hukumnya tidak sah. Menurut Jumhur ulama bahwa orang yang melakukan akad jual beli itu harus telah baligh dan berakal,
 - b) Yang melakukan akad jual beli adalah orang yang berbeda.
- 2) Syarat yang berkaitan dengan ijab Kabul
Menurut para ulama fiqh, syarat ijab Kabul adalah:
 - a) Orang yang mengucapkannya telah baligh dan berakal,
 - b) Kabul sesuai dengan ijab,
 - c) Ijab dan Kabul itu dilakukan dalam satu majelis.
- 3) Syarat barang yang diperjualbelikan, yaitu:
 - a) Barang itu ada atau tidak ada ditempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu,
 - b) Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia,

⁵⁵ Osmad Muthaher, *Akuntansi Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 59.

- c) Milik seseorang, barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan,
- d) Boleh diserahkan saat akad berlangsung dan pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.⁵⁶

B. Penelitian Terdahulu

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

Laporan tugas akhir *pertama* yang disusun oleh Musrifah, IAIN Purwokerto, tahun 2016, yang berjudul Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas. Dalam laporan tugas akhir tersebut penulis membahas mengenai implementasi bauran pemasaran pada tabungan faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang, penulis tidak membahas mengenai implementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah*.

Yang *kedua* skripsi yang disusun oleh Een Fauziyah, IAIN Purwokerto, tahun 2015, yang berjudul Implementasi bauran pemasaran pengrajin gamelan perspektif ekonomi islam (studi pada pengrajin gamelan Ibu Marliah di Pesayangan Purbalingga). Dalam skripsi tersebut penulis membahas mengenai Implementasi bauran pemasaran pengrajin gamelan perspektif ekonomi islam studi pada pengrajin gamelan Ibu Marliah di Pesayangan Purbalingga, penulis tidak membahas mengenai implementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah*.

Yang *ketiga* laporan tugas akhir yang disusun oleh Fajar Argi Kurniawan, IAIN Purwokerto, tahun 2017, yang berjudul Implementasi

⁵⁶Ibid., hlm. 60.

Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Bank BRI Syariah KC Cirebon. Dalam laporan tugas akhir tersebut penulis membahas Implementasi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro di Bank BRI Syariah KC Cirebon, sedangkan penulis tidak membahas mengenai implementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.

Yang *keempat* laporan tugas akhir yang disusun oleh Rizqi Markhumah, IAIN Purwokerto, tahun 2017, yang berjudul Strategi Bauran Pemasaran Tabungan *Mudharabah* iB MITRA SIPANTAS Studi Kasus PT.BPRS Buana Mitra Perwira di Purbalingga. Dalam laporan tugas akhir tersebut penulis membahas Strategi Bauran Pemasaran Tabungan *Mudharabah* iB MITRA SIPANTAS yang penelitiannya dilaksanakan di PT.BPRS Buana Mitra Perwira di Purbalingga, sedangkan penulis tidak membahas mengenai implementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah*.

Yang *kelima* laporan tugas akhir yang disusun oleh Layyinatufah, UIN Walisongo, tahun 2017, yang berjudul Penerapan *Marketing Mix* pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bandung. Dalam laporan tugas akhir tersebut penulis membahas Penerapan *Marketing Mix* pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bandung, sedangkan penulis tidak membahas tentang implementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah*.

Secara umum persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada pembahasannya yaitu tentang implementasi/penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*). Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada produk/objek penelitian dan lokasi penelitian dilakukan.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

Judul SKRIPSI/TA	Persamaan	Perbedaan
Tugas Akhir Musrifah, IAIN PURWOKERTO, Tahun 2016, dengan judul Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas	Sama-sama meneliti dan membahas bauran pemasaran (<i>product, price, promotion, place</i>).	- Penulis melaksanakan penelitian di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto. - Penulis membahas implementasi bauran pemasara pada produk pembiayaan <i>Murābahah</i> . ⁵⁷
Skripsi Een Fauziyah, IAIN PURWOKERTO, Tahun 2015, dengan judul “Implementasi bauran pemasaran pengrajin gamelan prespektif ekonomi islam (studi pada pengrajin gamelan Ibu Marliah di Pesayangan Purbalingga)”	Sama-sama meneliti dan membahas bauran pemasaran (<i>product, price, promotion, place</i>).	- Penulis melaksanakan penelitian di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto sedangkan penelitian terdahulu pada pengrajin gamelan. ⁵⁸
Tugas Akhir Fajar Argi Kurniawan, IAIN PURWOKERTO, Tahun 2017, dengan judul “Implementasi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Bank BRI Syariah KC Cirebon”	Sama-sama meneliti dan membahas bauran pemasaran (<i>product, price, promotion, place</i>).	- Penulis melaksanakan penelitian di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto. - Penulis membahas implementasi bauran pemasara pada produk pembiayaan <i>Murābahah</i> . ⁵⁹
Tugas Akhir Rizqi Markhumah, IAIN PURWOKERTO, Tahun 2017, dengan judul “Strategi Bauran Pemasaran Tabungan	Sama-sama meneliti dan membahas bauran pemasaran (<i>product, price,</i>	- Penulis melaksanakan penelitian di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto. - Penulis membahas implementasi bauran

⁵⁷Musrifah, “Implementasi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas”, Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, 2016.

⁵⁸Een Fauziyah, “Implementasi bauran pemasaran pengrajin gamelan prespektif ekonomi islam (studi pada pengrajin gamelan Ibu Marliah di Pesayangan Purbalingga)”, Skripsi, IAIN Purwokerto, 2015.

⁵⁹Fajar Argi Kurniawan, “Implementasi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Bank BRI Syariah KC Cirebon”, Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, 2017

Mudharabah iB MITRA SIPANTAS Studi Kasus PT.BPRS Buana Mitra Perwira di Purbalingga”	<i>promotion, place).</i>	pemasara pada produk pembiayaan <i>Murābahah</i> ⁶⁰
Tugas Akhir Layyinatufah, UIN WALISONGO, Tahun 2017, dengan judul “Penerapan <i>Marketing Mix</i> pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bandungan”	Sama-sama meneliti dan membahas bauran pemasaran (<i>product, price, promotion, place).</i>	- Penulis melaksanakan penelitian di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto. - Penulis membahas implementasi bauran pemasara pada produk pembiayaan <i>Murābahah</i> . ⁶¹



IAIN PURWOKERTO

⁶⁰Rizqi Markhumah, “Strategi Bauran Pemasaran Tabungan Mudharabah iB MITRA SIPANTAS Studi Kasus PT.BPRS Buana Mitra Perwira di Purbalingga”, Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, 2017.

⁶¹Layyinatufah, “*Penerapan Marketing Mix pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bandungan*”, Tugas Akhir, UIN Walisongo, 2017.

BAB III

HASIL & PEMBAHASAN

A. Gambaran Lokasi Penelitian

1. Sejarah PT. BPRS Bumi Artha Sampang

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 06 tanggal 06 September 2006, dibuat di hadapan Naimah, S.H., M.A. Notaris di Cilacap, dan telah mendapat pengesahan dari Departemen Hukum dan HAM No. W9.00204 HT.01.01.Th 2006 tanggal 12 Desember 2006, dan berdasarkan Surat Keputusan Bank Indonesia No. 9/24/Kep-GBIuni 2007 tentang pemberian ijin usaha perbankan di Indonesia.

Sektor Ekonomi Syariah khususnya Perbankan Syariah saat ini menunjukkan perkembangan yang semakin meningkat, hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat semakin mengetahui dan menyadari bahwa transaksi Perbankan secara Syariah lebih banyak manfaatnya dan saling menguntungkan, dimana Bank Syariah berfungsi sebagai mediasi antara pihak yang kelebihan (*surplus*) dana untuk menginvestasikan dan atau menitipkan dananya pada Bank Syariah, juga pihak yang membutuhkan modal untuk melakukan pembiayaan. Bagi pihak yang melakukan penyimpanan dana akan memperoleh Bonus dan Bagi Hasil dan pihak yang diberi pembiayaan akan memberikan kontribusi Bagi Hasil atau keuntungan pada Bank Syariah.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang berada di Jl. Tugu Barat No. 39 Sampang- Cilacap, lebih jelasnya terletak tepat di depan Pasar Tradisional Sampang Kabupaten Cilacap Jawa Tengah. PT. BPRS Bumi Artha Sampang (BAS) saat ini memiliki dua kantor cabang yang terletak di Jl. Pemuda No. 30 Kebumen dan Jl. Kalibener No.14 Purwokerto serta empat kantor kas yang masing-masing terletak di Jl. Ahmad Yani No. 60 Sidareja, Jl. Ahmad Yani Cipari, Jl

Raya Cimanggu Km. 8 Cimanggu, dan Jl. Tentara Pelajar Cilacap (Komplek Gapensi Cilacap).

Berdirinya BPRS Bumi Artha Sampang dirintis sejak awal tahun 2005 yang berawal dari keinginan Bapak H. Kholipan (pengusaha Sampang) untuk mendirikan BPR. Kemudian diperkenalkan oleh Bapak Buyar Winarso (penusaha Kebumen) dengan saudaranya yang mantan pegawai Bank, Bapak Soedjito. Kemudian terjadilah komunikasi yang *intens* antara keduanya.

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, namun ternyata mengubah keinginan Bapak H. Kholipan untuk beralih ke BPR Syariah. Proses selanjutnya berjalan sesuai dengan proses pendirian Bank BI. Prosentase penanaman modal awal pendirian oleh Bapak H. Kholipan sebesar 70%, sementara 30%nya adalah permodalan dari Ibu Hj. Sulastri (Istri Bapak Kholipan).

Adapun susunan organisasi pada awal berdiri PT. BPRS Bumi Artha Sampang terdiri dari Soedjito 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. Sedangkan susunan organisasi di PT. BPRS Bumi Artha Sampang untuk saat ini terdiri dari Bapak Soepadmo, S.E. sebagai Komisaris dan Bapak Kuat Sugiyanto sebagai Direktur. Sedangkan Dewan Pengawas Syariah Drs. Zaenal Ma'rufin, M.B.A.⁶²

2. Tujuan Pendirian PT. BPRS Bumi Artha Sampang

Tujuan didirikannya BPRS Bumi Artha Sampang adalah sebagai pemberdayaan ekonomi rakyat berdasarkan prinsip-prinsip syariah, sehingga dapat membuka peluang bisnis di semua sektor ekonomi. Sasaran

⁶²<http://bprs-bas.blogspot.co.id/2012/06/sejarah-bank.html>, diakses tanggal 23 Februari 2018 pukul 20.19 WIB.

utamanya adalah golongan usaha kecil dan mikro agar terbebas dari praktek-praktek bank gelap yang sangat memberatkan mereka. Dengan berkembangnya ekonomi rakyat maka akan menciptakan lapangan kerja dan sekaligus dapat membantu pemerintah dalam hal perpajakan.

3. Visi Misi PT. BPRS Bumi Artha Sampang

BPRS Bumi Artha Sampang dalam menjalankan tujuan perusahaannya, melaksanakan tugas dan wewenangnya sesuai dengan visi dan misi. Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh BPRS Bumi Artha Sampang yaitu:⁶³

a. Visi

Pemberdayaan ekonomi rakyat dengan menjalin kemitraan kepada seluruh lapisan masyarakat berdasarkan prinsip-prinsip syariah atas dasar keadilan, keterbukaan, kehati-hatian untuk mewujudkan bank yang sehat dan mandiri.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan prima berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan kehati-hatian.
- 2) Menerapkan konsep *Ta'awun* yang berkeadilan dengan menciptakan hubungan kerjasama yang saling seimbang, transparan, dan saling menguntungkan antara bank dengan nasabahnya.
- 3) Mengusahakan program pendidikan dan latihan untuk meningkatkan ketrampilan pegawai.
- 4) Memperluas dan Memperkuat Kelembagaan dan jaringan kerja di daerah-daerah yang potensial.
- 5) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi rakyat berdasarkan prinsip syariah.

⁶³Brosur Produk-Produk BPRS Bumi Artha Sampang Tahun 2017.

4. Motto dan Etos Kerja PT. BPRS Bumi Artha Sampang

BPRS Bumi Artha Sampang juga mempunyai motto dan etos kerja dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya. Adapun motto dan etos kerja yang dimiliki oleh BPRS Bumi Artha Sampang yaitu:

Motto : Amanah, Adil, dan Transparan

Etos Kerja : Menuju hari esok yang lebih baik dan lebih syariah.

5. Kelembagaan PT. BPRS Bumi Artha Sampang

Identitas Kelembagaan

a. Nama : PT. Bank Pembiayaan Rakyat Sayriah Bumi Artha Sampang

b. Alamat :

1) Kantor Pusat :

Jl. Tugu Barat No. 39 Sampang-Cilacap 53273 Telp (0281) 697616

2) Kantor Cabang Kebumen :

Jl. Pemuda No. 32 Kebumen Telp. (0287) 384428

3) Kantor Cabang Purwokerto Banyumas :

Jl. Kalibener No. 14 Purwokerto Banyumas Telp. (0281) 641028

4) Kantor Kas Sidareja :

Jl. Ahmad Yani No. 60 Sidareja Telp. (0280) 523253

5) Kantor Kas Cipari :

Jl. Ahmad Yani Cipari Telp. (0280) 6226069

6) Kantor Kas Cimanggu :

Jl. Raya Cimanggu km. 8 Cimanggu Telp.(0280) 6261122
Komplek SPBU Cimanggu.

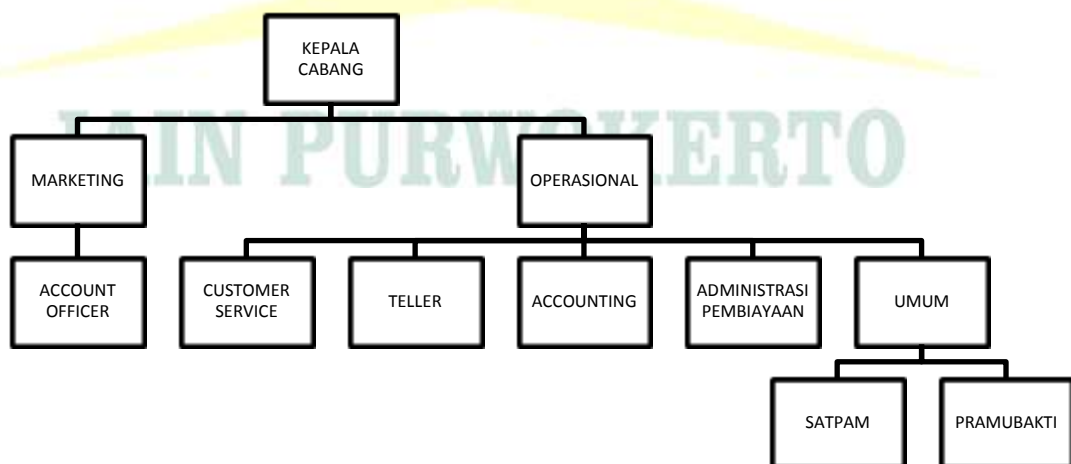
6. Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas

Struktur 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.. Sedangkan struktur organisasi di BPRS Bumi Artha Sampang untuk saat ini terdiri dari H. Kholifan dan Hj. Sulastri sebagai Pemegang Saham, Supadmo, S.E. sebagai Komisaris Utama, Sugeng Riyadi, S.H. sebagai Komisaris, Kwat Sugiyanto, S.E. sebagai Direktur Utama, Pipit Supriani A.Md, sebagai Direktur, Drs. H Zaenal Ma'rufin, M.B.A..

Struktur organisasi di BPRS Bumi Artha Sampang pada dasarnya sudah ada standar tersendiri dari Kantor Pusat. Namun, dalam pelaksanaannya terdapat perbedaan sesuai dengan keadaan di masing-masing Kantor Cabang maupun Kantor Kas. Sebagai contoh di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas tidak adanya petugas bagian umum, maka untuk bagian umum langsung dirangkap oleh bagian *accounting*. Adapun struktur organisasi dari BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1. Struktur Organisasi BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas



Saat ini BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas dipimpin oleh Taofik Abadi S.E. sebagai Kepala Cabang, dengan Purwita Sari A.Md sebagai *Customer Service*, Linda Astuti S.E.,

Emi Nopiyanti S.T sebagai Administrasi Pembiayaan, Desi Ariani A.Md sebagai Teller. Pada Pembiayaan. Pada bagian *Account Officer* terdiri dari Heru Muladiyanto S.E, Fitroh Hidayat dan Anis Fuadi Al-Mahbub, S.Sy, kemudian Sigit yang bertugas menjadi Satpam sekaligus Pramubakti di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas.⁶⁴

7. Fungsi, Tugas dan Tanggung Jawab Bagaian di PT. BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto Banyumas

Dari struktur organisasi yang telah dijelaskan diatas sebelumnya, adapun fungsi, tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan yang ada di Kantor Pusat maupun Kantor Cabang BPRS Bumi Artha Sampang, antara lain:

a. Rapat Umum Pemegang Saham

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) Merupakan rapat tertinggi para pemegang saham PT. BPRS Bumi Artha Sampang yang akan enentukan sentral kebijakan PT. BPRS Bumi Artha Sampang.

b. Dewan Pengawas Syariah

Ringkasan Pekerjaan :

Dewan Pengawas Syariah (DPS) brfungsi melakukan penilaian dan pengawasan atas produk yang akan ditwarkan dalam rangka menghimpun dan menyalurkan dari dan untuk masyarakat, agar berjalan sesuai dengan syariah Islam yang dituangkan dalam bentuk keputusan atau fatwa.

Tugas dan Tanggungjawab :

- 1) Memberikan pedoman atau garis-garis besar syariah untuk menghimpun maupun untuk penyaluran dana serta kegiatan yang berkaitan dengan syariah.
- 2) Mengadakan perbaikan seandainya suatu produk telah/ sedang dijalankan dinilai bertentangan dengan syariah.

⁶⁴Wawancara Dengan Purwita Sari, Customer Service, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 7 Februari 2018.

- 3) Bertanggung jawab atas pengawasan terhadap operasional bank agar sesuai dengan syariah.

c. Dewan Komisaris

Ringkasan Pekerjaan :

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

Tugas dan tanggungjawab :

- 1) Mempertimbangkan, menyepurnakan dan mewakili pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum yang baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang.
- 2) Menyelenggarakan RUPS dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi.
- 3) Mempertimbangkan dan menyetujui rencana kerja tahunan yang diusulkan Direksi.
- 4) Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang jumlahnya melebihi batas maksimal kewenangan Direksi.
- 5) Memberikan penilaian atas neraca dan perhitungan laba/rugi tahunan, serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh Direksi.
- 6) Memberikan persetujuan tentang pengikatan perseorangan sebagai penanggung (*borg/avalis*), pegaadaian serta penjualan, baik untuk barang bergerak maupun tidak bergerak kepunyaan perseroan.
- 7) Menyetujui atau menolak pembiayaan yang diajukan oleh para anggota Direksi.
- 8) Menyetujui semua hal yang menyangkut perubahan modal dan pembagian laba.
- 9) Menandatangani surat-surat saham saham yang telah diberi nomor urut sesuai anggaran dasar perseroan.

10) Menyetujui pembagian tugas dan kewajiban di antara anggota Direksi.

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 Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Tugas dan Tanggung Jawab:

- 1) Merumuskan dan mengusulkan kebijakan umum bank untuk program tahunan yang disetujui oleh Dewan Komisaris serta disahkan dalam RUPS, agar tercapai tujuan serta kuantitas operasional perusahaan.
- 2) Menyusun dan mengusulkan Rencana Anggaran Perusahaan dan Rencana Kerja Tahunan yang disetujui oleh Dewan Komisaris.
- 3) Mengajukan Neraca dan Laporan Rugi/Laba tahunan serta laporan-laporan berkala lainnya kepada Dewan Komisaris untuk mengetahui perkembangan Bank.
- 4) Turut menandatangani Surat-surat Saham yang telah diberi nomor urut sesuai dengan ketentuan didalam Anggaran Dasar Perusahaan.
- 5) Menyetujui pemindahtanganan saham-saham kepada pembeli baru yang ditunjuk dan dipilih oleh pemegang saham lama, setelah mengikuti prosedur yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar tentang pemindahtanganan saham-saham tersebut.
- 6) Bertanggung jawab atas pengeluaran duplikat surat saham, apabila terjadi kehilangan serta mengumumkan si surat kabar resmi yang terbit di tempat kedudukan perseroan.
- 7) Mengundang para pemegang saham untuk menghadiri Rapat Pemegang Saham setelah disetujui Komisaris.
- 8) Member persetujuan atas penggunaan formulir-formulir dan dokumen-dokumen lainnya dalam transaksi perseroan.

- 9) Menyetujui pembiayaan yang diberikan sesuai aturan yang berlaku.
- 10) Mengangkat pejabat Bank yang akan diberi tanggung jawab mengawasi kegiatan perseroan dan melaporkan kepada Komisaris.
- 11) Menyetujui besarnya gaji dan tunjangan lainnya yang harus dibayarkan kepada para pejabat dan pegawai perseroan.
- 12) Mengamankan harta kekayaan perseroan agar terlindung dari bahaya kebakaran, pencurian, perampokan, dan kerusakan.

Tugas dan Tanggungjawab Direktur Utama :

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

Tugas dan Tanggungjawab Direktur :

- 1) Mewakili Direktur Utama atas nama Direksi.
- 2) Membantu Direktur Utama dalam mengelola perseroan sehingga tercapai tujuan perseroan.
- 3) Bertanggungjawab terhadap operasional perseroan, khususnya dalam hubungan dengan pihak intern perusahaan.
- 4) Bersama-sama Direktur Utama bertanggungjawab kepada Rapat Pemegang Saham (RUPS).⁶⁵

e. *Account Officer* Pembiayaan

Ringkasan Pekerjaan :

Account Officer Pembiayaan bertanggung jawab memasarkan produk sesuai Syariah Islam dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pemiayaan yang telah diberikan.

Tugas dan Tanggung Jawab:

⁶⁵*Deskripsi Kerja dan Kepegawaian BPRS Bumi Artha Sampang*, hal 1-3.

- 1) Memasarkan produk pembiayaan dengan melakukan solisitasi dan presentasi kepada nasabah untuk mencapai target pembiayaan.
- 2) Memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabah sesuai dengan etika yang islami dan menjaga nama serta citra yang baik bagi perusahaan.
- 3) Melaksanakan wawancara, analisis serta survey usaha calon nasabah pembiayaan.
- 4) Melakukan proses usulan pembiayaan bagi nasabah yang layak dibiayai dan memenuhi persyaratan untuk diajukan kepada komite pembiayaan.
- 5) Membina hubungan baik kepada nasabah, lingkungan masyarakat sekitar, tokoh masyarakat baik formal maupun informal.
- 6) Membina, mengawasi, monitoring dan melakukan penagihan nasabah yang telah dibiayai.
- 7) Menjaga serta bertanggungjawab memonitor tingkat kelancaran (kolektibilitas) nasabah pembiayaan serta mengusahakannya menjadi pembiayaan yang produktif.
- 8) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan oleh Direksi.

f. Account Officer Pendanaan

Ringkasan Pekerjaan:

Bertanggungjawab dalam memasarkan produk bank sesuai syariah 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 tanggung jawab:

- 1) Memasarkan produk pendanaan berupa tabungan dan deposito dengan melakukan solisitasi maupun presentasi kepada nasabah untuk mencapai target pendanaan.

- 2) Memberikan pelayanan yang prima terhadap nasabah sesuai dengan etika yang islami dan menjaga nama serta citra yang baik bagi perusahaan.
- 3) Membuat daftar prospek/rencana solisitasi bulanan.
- 4) Membuat jadwal kunjungan rutin nasabah khususnya untuk nasabah yang secara rutin dilakukan penjemputan setoran misalnya sekolah, majelis taklim dan sebagainya.
- 5) Membuat laporan hasil solisitasi dan melakukan penawaran/presentasi kepada calon nasabah.
- 6) Melaksanakan kegiatan penghimpunan dana dengan sistem jemput setoran sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
- 7) Melakukan registrasi atas penggunaan Tanda Terima Uang Berseri (TTUB) setiap hari (atau bila telah selesai digunakan).
- 8) Membuat laporan bulanan terhadap hasil kerja yang dicapai.
- 9) Memberikan masukan kepada Direksi terhadap pengembangan produk dan peningkatan layanan yang diperlukan oleh nasabah.
- 10) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi.

g. 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 Tanggung jawab :

- 1) Memeriksa kelengkapan dan aspek yuridis setiap dokumen permohonan pembiayaan.
- 2) Melakukan pemeriksaan dilapangan atas barang atau surat berharga yang akan dijaminkan.
- 3) Melakukan taksasi (taksiran) jaminan sesuai dengan harga pasar.
- 4) Melakukan pengikatan atau akad pembiayaan dengan calon nasabah.

- 5) Menerima, meregistrasi dan menyimpan jaminan di *mainvault*.
- 6) Mencatat keluarnya jaminan dari *mainvault* setelah mendapat persetujuan Direksi.
- 7) Menjaga dari kerusakan atau kehilangan atas barang atau surat berharga yang dijamin.
- 8) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian Direksi.⁶⁶

h. Teller

Ringkasan pekerjaan :

Membantu dan melayani Nasabah dalam hal menerima setoran, penarikan uang dan transaksi lainnya yang berhubungan dengan bank yang dilakukan didalam *counter* teller.⁶⁷

Tugas dan Tanggung Jawab :

- 1) Sebagai pemeriksa seluruh transaksi harian teller dan semua tiket serta dokumen-dokumen lainnya yang dibuat pada seksi kas.
- 2) Melaksanakan *cash count* akhir hari pada seksi kas atau pada saat pergantian Teller.
- 3) Mengambil atau menyetorkan uang tunai pada *maint vault*.
- 4) Mencatat/ membuat daftar posisi kas setiap akhir hari.⁶⁸

i. Accounting / Bagian Pemukuan

Ringkasan Pekerjaan:

Bertanggungjawab terhadap pekerjaan pembukuan laporan-laporan keuangan yang berkaitan dan atau melalui bank koresponden.

Tugas dan Tanggung jawab :

- 1) Mengkliringkan *cheque*/bilyet giro yang telah jatuh tempo.
- 2) Melakukan registrasi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan bank koresponden antara lain transfer, pemindah bukaan, penarikan dan penyetoran tunai.

⁶⁶Deskripsi Kerja dan Kepegawaian BPRS Bumi Artha Sampang, hal 4-6.

⁶⁷Ibid., hal 8.

⁶⁸Ibid., hal 10.

- 3) Membukukan transaksi yang terdapat pada bank koresponden (setoran tabungan, deposito, penerimaan bagi hasil dari bank koresponden, dan lain-lain).
- 4) Melaksanakan pencocokan saldo pada bank koresponden antara hasil rekonsiliasi dengan neraca setiap hari.
- 5) Melakukan tugas-tugas dan membukukan transaksi yang tidak dilakukan oleh Teller dan bagian lainnya (misal pemindahbukuan, rupa-rupa *aktiva* dan *pasiva* serta lainnya).
- 6) Membuat tiket transaksi non tunai yang terjadi setiap hari.
- 7) Menyimpan tiket *reversing* yang belum dibukukan atau diselesaikan.
- 8) Membuat laporan keuangan triwulan pajak dan pembayaran pajak setiap bulan.
- 9) Melakukan dan membuat laporan *proofsheet* pada bagiannya setiap bulan.
- 10) Melakukan *closing computer* atau tutup buku pada setiap harinya.
- 11) Melakukan dan membuat laporan keuangan harian, bulanan, semester dan tahunan.
- 12) Bertanggungjawab kepada Kepala Bagian.⁶⁹

j. Layanan Nasabah / Customer Service

Ringkasan Pekerjaan :

Memberikan pelayanan kepada setiap nasabah atau tamu dengan baik dan islami serta memberikan informasi yang dibutuhkan secara jelas, baik pada saat berhadapan langsung maupun lewat telepon.

Tugas dan Tanggung jawab :

- 1) Melayani nasabah dan calon nasabah dengan ramah dan sopan sesuai dengan etika layanan yang islami baik yang datang langsung ke bank maupun melalui telepon.

⁶⁹Ibid., hal 12.

- 2) Memahami semua jasa, prosedur serta produk yang ditawarkan oleh bank.
- 3) Memberikan penjelasan tentang produk yang ditawarkan (tabungan, deposito, pembiayaan) dan informasi lainnya yang diperlukan (misalnya saldo tabungan) bagi calon nasabah atau nasabah yang datang langsung maupun melalui telepon.
- 4) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang memerlukan jasa perbankan baik pembukuan/ penutupan tabungan maupun pembukuan/ pencairan deposito serta pembiayaan.
- 5) Bertanggung jawab terhadap penyimpanan dan ketersediaan formulir-formulir isian nasabah di area layanan nasabah.
- 6) Memeriksa data nasabah dalam formulir yang telah diisi dan mendaftarkannya.
- 7) Menginput data master nasabah penabung deposito ke dalam program tabungan deposito.
- 8) Mendaftarkan data calon nasabah pembiayaan (nama, alamat, jenis usaha, pengajuan pembiayaan dan lain sebagainya).
- 9) Melakukan pelayanan dan proses pembayaran telepon nasabah.
- 10) Membuat laporan bulanan sesuai instruksi operasi.
- 11) Melakukan tugas-tugas yang diberikan kepala bagian Direksi.⁷⁰

k. Bagian Umum

Ringkasan Pekerjaan :

Bertanggung jawab penuh atas pengaturan dan pelaksanaan pekerjaan yang berhubungan dengan kepegawian, pengadaan barang yang berguna untuk kelancaran operasi bank, pemeliharaan dan keamanan terhadap semua kekayaan bank, serta pemeliharaan terhadap kebersihan dan keindahan di lingkungan kantor.

Tugas dan Tanggung Jawab:

⁷⁰ Ibid., hal 13-14.

- 1) Mengurus dan menyediakan/ membeli barang untuk keperluan kantor/pegawai yang meliputi barang-barang cetakan/tulis menulis, konsumsi peralatan listrik, air, kendaraan, dan lain-lain.
 - 2) Menginventarisasi dan membeukuan barang-barang milik perusahaan.
 - 3) Mengurus dan membukukan hal-hal yang berhubungan dengan perjalanan dinas pegawai.
 - 4) Mengurus kegiatan perbaikan, perawatan dan pembersihan kantor/gedung dan barang-barang inventaris milik perusahaan.
 - 5) Mencatat semua penerimaan dan pengeluaran persediaan kantor kedalam “Kartu Persediaan” berdasarkan bukti-bukti penerimaan dan pengembalian untuk mengetahui serta membuat laporan akhir bulan.
 - 6) Menghitung biaya penyusutan untuk barang-barang inventaris, ersedian ATK dan menghitung biaya-biaya umum lainnya yang kemudian diserahkan kepada Kepala Bagian Umum dan Personalia untuk diperiksa dan dibukukan per akhir bulan.
 - 7) Mengurus dan mengatur pelaksanaan pembayaran pajak, asuransi dan perpanjangan STNK kendaraan bermotor milik perusahaan.
 - 8) Membuat bukti-bukti kas untuk pengeluaran-pengeluaran biaya yang menjadi tanggungan kantor.
 - 9) Menyediakan fasilitas keamanan atas harta milik bank, bertanggung jawab atas pemeliharaan gedung, perengkapan kantor, dan mengontrol pemakaian kendaraan.
 - 10) Membuat dan melaporkan *proofsheet* setiap bulan.
 - 11) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.⁷¹
- I. Satuan Pengamanan/ Security
- Tugas dan Tanggung Jawab :
- 1) Melakukan penjagaan gedung selama 24 jam atau sesuai instruksi operasi.

⁷¹Ibid.,hal 15-16.

- 2) Selama jam kantor harus memperhatikan:
 - a) Tamu atau nasabah yang keluar masuk kantor.
 - b) Kendaraan tamu atau nasabah.
 - c) Membantu keamanan para tamu/nasabah dari pencurian dan perampokan.
 - d) Mengawal kasir yang akan mengambil/ menyetor uang ke bank.
 - e) Mengawal nasabah yang akan mengambil uang yang cukup besar atas perintah Direksi.
 - f) Mencegah terjadinya keributan antara sesama karyawan maupun antara pegawai dengan nasabah/ tamu.
 - 3) Mengadakan pengecekan ulang atas pintu-pintu masuk kantor dan tempat-tempat lain pada saat tutup kantor.
 - 4) Membuat laporan setiap hari atas kejadian yang dialami.
 - 5) Mengadakan pencegahan pemakaian halaman gedung kantor untuk hal-hal yang tidak baik.
 - 6) Melakukan tindakan memadamkan kebakaran jika terjadi kebakaran kantor.
 - 7) Menjaga/ memperhatikan/ menegur apabila ada orang-orang yang dicurigai membawa masuk/keluar barang-barang milik kantor.
 - 8) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.
- m. Prmaubhakti
- Tugas dan Tanggung Jawab :
- 1) Menyampaikan surat/dokumen yang telah siap untuk dikirim kepada Instansi Pemerintah, Bank Indonesia, Bank lain, nasab dan lian sebagainya.
 - 2) Membuat nomor register dari surat dan dokumen yang dikirim dalm satu buku ekspedisi khusus.
 - 3) Bertanggung jawab atas semua surat/ dokumen yang dipercayakan kepadanya agar tepat sampai pada alamatnya dan tidak sampai hilang/dicuri.

- 4) Membantu mengatur dan menyimpan file-file surat-dokumen yang berada di bagian Umum dan Personalia, Audit dan Sekretaris dalam ruang arsip.
- 5) Membersihkan ruangan kantor, inventaris kantor dan lain-lain agar tercipta kenyamanan dalam bekerja.
- 6) Menjaga agar inventaris terhindar dari kerusakan.
- 7) Melayani direksi dan karyawan dalam menjalankan tugasnya.
- 8) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian.⁷²

8. Produk-produk PT. BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas

a. Produk Penghimpun Dana

1) Tabungan

a) Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* adalah 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 pemindahan bukuan lainnya, untuk tabungan ini penabung mendapatkan bonus tabungan setiap bulannya sesuai ketentuan bank..

b) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan adalah sejenis simpanan pada bank yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dalam mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan dengan cara tertentu. Tabungan ini bersifat investasi, sehingga nasabah berhak mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah atau posisi yang disepakati.

JENIS TABUNGAN MUDHARABAH:

a) *Mudharabah* Umum

Syarat pembukaan tabungan:

⁷²Ibid., hal 16-17.

- (1) Fotokopi identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu pelajar)
- (2) Mengisi Formulir Aplikasi Tabungan *MUDHARABAH*
- (3) Setoran pertama minimal Rp. 10.000 (setoran selanjutnya minimal Rp.10.000)***
- (4) Penarikan dana dibatasi 4x perbulan.

b) *Mudharabah* Badan

- (1) Fotokopi leglitas identitas perusahaan
- (2) Mengisi Formulir Aplikasi Tabungan *MUDHARABAH* BADAN
- (3) Setoran pertama minimal Rp. 10.000 (setoran selanjutnya minimal Rp 10.000)**
- (4) Penarikan dana dibatasi 4x perbulan.

c) Tabungan *Mudharabah* Haji Atau Umroh

- (1) Fotokopi identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
- (2) Mengisi formulir aplikasi tabungan *Mudharabah* Haji Atau Umroh
- (3) Setoran pertama minimal Rp. 500.000 (setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000)**
- (4) Penarikan dana disertai keterangan yang mendukung.

d) Tabungan *Mudharabah* Qurban

- (1) Fotokopi identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
- (2) Mengisi formulir aplikasi tabungan *Mudharabah* Qurban
- (3) Setoran pertama minimal Rp. 100.000 (setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000)**

2) Deposito *Mudharabah*

Deposito *mudharabah* adalah jenis simpanan berjangka dengan akad bagi hasil dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan jangka waktu yang telah

disepakati. Deposito yang diperpanjang setelah jatuh jatuh tempo akan diberlakukan sama dengan baru, bila pada saat akad telah dicantumkan perpanjangan otomatis tidak perlu diperbaharui akad. Jangka waktu yang berlaku adalah 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan.

- a) Fotokopi identitas diri yang masih aktif (KTP, SIM, Kartu Pelajar)
- b) Mengisi formulir aplikasi Deposito *Mudharabah*
- c) Minimal investasi Rp. 1.000.000

b. Produk Penyaluran Dana

Penyaluran dana dari Bank Syariah kepada Nasabah adalah untuk pembiayaan sector ekonomi, seperti : Sektor Pertanian, Industri, Konstruksi, Perdagangan, Jasa Dunia Usaha, dan sektor lainnya. Dari sektor ekonomi tersebut dibagi menjadi jenis penggunaan dana, seperti: Modal Kerja, Investasi, Konsumsi.

Produk Penyaluran Dana meliputi:

1) Piutang *Murābahah* (Jual Beli)

Adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjualbelikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu. Barang yang dijual merupakan barang yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam.

2) Pembiayaan *Mudharabah*

Adalah akad kerjasama antara bank selaku dana (shahib al maal) dengan Nasabah selaku Mudharib 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.

3) Pembiayaan *Musyarakah* (Kerjasama Permodalan)

Adalah kerjasama usaha antara dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak member kontribusi modal dengan

ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung sesuai dengan kesepakatan dimuka.

4) *Qardh*

Adalah salahsatu sekema peminjaman uang dari Bank Syariah kepada calon nasabah, tanpa dikenai tambahan dalam pengembalian dananya yang dalam hal ini Bank Syariah mempunyai nilai sosial kemanusiaan.

Syarat-syarat permohonan pembiayaan terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

a) Syarat umum

- (1) Fotokopi KTP suami istri yang masih berlaku (rangkap 2)
- (2) Fotokopi Kartu Keluarga (rangkap 2)
- (3) Fotokopi Akta Nikah (rangkap 2)
- (4) Rekening Listrik
- (5) Usia Pemohon antara 17-55 tahun

b) Syarat Khusus

- (1) Pegawai Negeri
 - (a) Fotokopi Slip Gaji/Ket. Penghasilan
 - (b) Fotokopi SK Pengangkatan pertama dan terakhir
 - (c) Surat keterangan masa kerja / pegawai swasta
 - (d) Surat kuasa potong gaji dari bendahara
 - (e) Surat kuasa dari bendahara yang berwenang
- (2) Pengusaha / CV / PT / Koperasi
 - (a) NPWP, SIUP, TDP, SIUJK, atau Surat Keterangan Usaha dari desa
 - (b) Surat Pernyataan dari Komisaris / Pengurus
 - (c) AD/ART
 - (d) Neraca L/R 3 bulan terakhir
 - (e) Surat persetujuan dari pengurus ke pengelola

(3) Jaminan

- (a) Fotokopi BPKB atas nama sendiri dilampiri fotocopy STNK (masih milik sendiri) rangkap 2
- (b) Fotokopi BPKB bukan atas nama sendiri (milik sendiri)
- (c) Dilampiri fotokopi STNK (rangkap 2)
- (d) Harus ada fotokopi kwitansi pembelian bermaterai Rp 6.000,- (rangkap 2)
- (e) Dilampiri fotokopi KTP Pemilik (nama yang tercantum di BPKB) rangkap 2
- (f) Dilampiri 3 lembar blanko kwitansi (kwitansi kosong), 1 lembar bermaterai Rp 6.0000,- dan semuanya ditandatangani oleh pemilik (nama yang tercantu di BPKB)
- (g) Fotokopi Sertifikat Hak Milik atas nama sendiri dilampiri SPPT (masih menjadi milik sendiri) rangkap 2.

B. Implementasi Bauran Pemasaran pada Pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan pelangganya akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar.⁷³

Philip Kotler mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁷⁴

⁷³Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 60.

⁷⁴Ibid., hlm. 61.

Tujuan pemasaran adalah untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar produk atau jasa sesuai bagi konsumen sehingga produk atau jasa tersebut dapat terjual dengan sendirinya.⁷⁵ Untuk dapat mencapai tujuan pemasaran tersebut maka suatu bank perlu menentukan strategi pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang penting untuk mencapai tujuannya adalah bauran pemasaran.

Bauran Pemasaran/*Marketing Mix* adalah kombinasi dari empat variabel/kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Atau dengan kata lain, *marketing mix* merupakan kumpulan variabel-variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan/bank untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa, “*marketing mix*” merupakan satu perangkat yang menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang dipilih.⁷⁶

Seperti yang telah tersebut di muka bahwa, variabel bauran pemasaran terdiri atas 4 (empat) komponen yaitu yang dikenal dengan 4 P (*Product, Price, Place, Promotion*) atau produk, harga, distribusi, dan promosi. Berikut ini akan ditelaah satu persatu elemen *marketing mix* yang telah diterapkan di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas antara lain:

1. *Product* (Produk)

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁷⁷ Produk, adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna

⁷⁵ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm. 6.

⁷⁶ Ibid., hlm. 246.

⁷⁷ Philip Kotler & A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 560.

memuaskan keinginannya (Buchari, 2000:8).⁷⁸ Produk juga dapat diartikan sebagai hasil akhir yang mengandung elemen-elemen fisik, jasa dan hal-hal yang simbolis yang dibuat dan dijual oleh perusahaan untuk memberikan kepuasan dan keuntungan bagi pembelinya.⁷⁹

BPRS Bumi Artha Sampang memiliki beberapa produk pembiayaan. Salah satunya yang paling banyak diminati oleh nasabah BPRS Bumi Artha Sampang adalah produk pembiayaan *Murābahah*. Produk pembiayaan *Murābahah* ini adalah produk pembiayaan dengan menggunakan akad *Murābahah bil wakalah*. Produk pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang juga terdiri dari 3 macam yaitu pembiayaan *Murābahah* investasi, pembiayaan *Murābahah* modal kerja, serta pembiayaan *Murābahah* konsumsi.

Jaminan yang dibutuhkan untuk melakukan pengajuan pembiayaan murabahah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto juga beragam, antara lain dapat menggunakan sertifikat tanah, BPKB kendaraan, bilyet deposito, tabungan, SK kepegawaian dan lain sebagainya. Serta perikatan pembiayaan murabahah di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto ini di notariskan agar hukumnya lebih kuat. Dengan keberagaman produk serta jaminan yang diperlukan untuk melakukan pembiayaan *Murābahah* ini, maka memudahkan nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto apabila ingin melakukan pembiayaan *Murābahah* dengan beragam kebutuhan yang diperlukannya.⁸⁰ Dari penjelasan di atas strategi yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler, Buchari dan Mursid.

2. Price (Harga)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari

⁷⁸ Zamroni dan Wahibur Rokhman, "Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah di Kudus", Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4, Nomor 1, Juni 2016, hlm. 100.

⁷⁹ Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), hlm. 71.

⁸⁰ Wawancara Dengan Taofik Abadi, Kepala Cabang, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 22 Mei 2018.

produk dan pelayanan.⁸¹ Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga juga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang paling fleksibel, harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi.⁸²

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.⁸³ *Murābahah* sebagaimana yang digunakan dalam bank syariah, prinsipnya didasarkan pada dua elemen pokok, yaitu harga beli serta biaya yang terkait dan kesepakatan atas *mark-up*.⁸⁴

Usmani dan Zuhayli mengatakan bahwa *Murābahah* adalah “*Cost-Plus Concept*”. Dengan demikian, maka struktur *pricing* adalah sangat sederhana:

Selling Price = Cost + Margin

(Harga Jual = Harga Pokok + Marjin)

Dengan demikian, berapapun besarnya uang muka (*Advance Payment/Urbun/Arbun*), tidak akan pernah mempengaruhi “*Selling Price*” atau harga jual barang, apalagi besarnya “*Mark-up*” atau marjin. Secara logika, yang dipengaruhi oleh besarnya uang muka adalah “Sisa Utang *Murābahah*” bagi nasabah atau “Sisa Piutang *Murābahah*” bagi Lembaga Keuangan Syariah selaku penjual barang.⁸⁵

BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto dalam menentukan strategi harga/*pricing* dalam pembiayaan *Murābahah* yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut:

⁸¹ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm. 285.

⁸² Philip Kotler & A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia...*, hlm. 634.

⁸³ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 151.

⁸⁴ Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2012), hlm.153.

⁸⁵ Sugeng Widodo, *Moda Pembiayaan Lembaga Keuangan Islam*, (Yogyakarta: KAUKABA, 2014), hlm. 424 – 425.

Contoh :

Seorang nasabah mengajukan pembiayaan *Murābahah* untuk membeli sepeda motor seharga Rp 12.000.000,00 dengan jangka waktu angsuran 2 tahun/24 bulan, penghitungannya sebagai berikut:

Plafon/harga beli	: Rp 12.000.000,00
Margin 33,6% x Rp 12.000.000,00	: <u>Rp 4.032.000,00</u> +
Piutang Murabahah/harga jual	: Rp 16.032.000,00
Angsuran per bulan yaitu	
Rp 16.032.000,00 / 24 bulan	: Rp 668.000,00

BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto mengambil margin atau keuntungan sesuai dengan kesepakatan dengan nasabah yang mengajukan pembiayaan *Murābahah*. Margin atau keuntungan yang diambil oleh BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto tidak terlalu besar yaitu hanya sebesar 1,4% untuk angsuran tiap bulannya.⁸⁶ Dari penjelasan di atas strategi yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler, Kasmir, Muhammad, serta Usmani dan Zuhayli.

3. *Place* (lokasi/Distribusi)

Place (Lokasi), adalah dimana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan konsumen dapat dengan mudah memperoleh suatu produk (Lupiyodi, 2001:255).⁸⁷ Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.

⁸⁶Wawancara Dengan Taofik Abadi, Kepala Cabang, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 22 Mei 2018.

⁸⁷Zamroni dan Wahibur Rokhman, "Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah di Kudus", Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 4, Nomor 1, Juni 2016, hlm. 101

Disamping lokasi yang strategis, hal lain juga yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya lokasi dan *layout* merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu paduan yang serasi dan sepadan.⁸⁸

BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto sendiri terletak di Jl. Kalibener No. 14 Purwokerto, Jawa Tengah 53116. Walaupun lokasi BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto terletak di tengah kota purwokerto, namun lokasi kantornya sendiri kurang strategis. Karena lokasi kantor BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto bukan terletak di jalan utama melainkan di jalan alternatif. Serta *layout* depan bangunan/kantor BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto bukan seperti bangunan bank-bank pada umumnya, melainkan *layout* depan bangunan/kantor BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto berupa rumah. Sehingga banyak nasabah bahkan banyak yang masyarakat mengira bahwa kantor BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto hanya sebuah rumah biasa bukan sebuah kantor sebuah bank.⁸⁹

Maka dari itu, BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto menerapkan strategi jemput bola sehingga *account officer* yang akan mendatangi nasabah/calon nasabah. Hal ini mengakibatkan jangkauan wilayah nasabah BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto ini hampir merata di seluruh wilayah Purwokerto, bahkan sampai ada nasabah yang beralamatkan Pekuncen Ajibarang.⁹⁰ Dari penjelasan diatas strategi yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir dan Lupiyodi.

⁸⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hlm. 163.

⁸⁹ Wawancara Dengan Purwita Sari, Customer Service, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 1 Februari 2018.

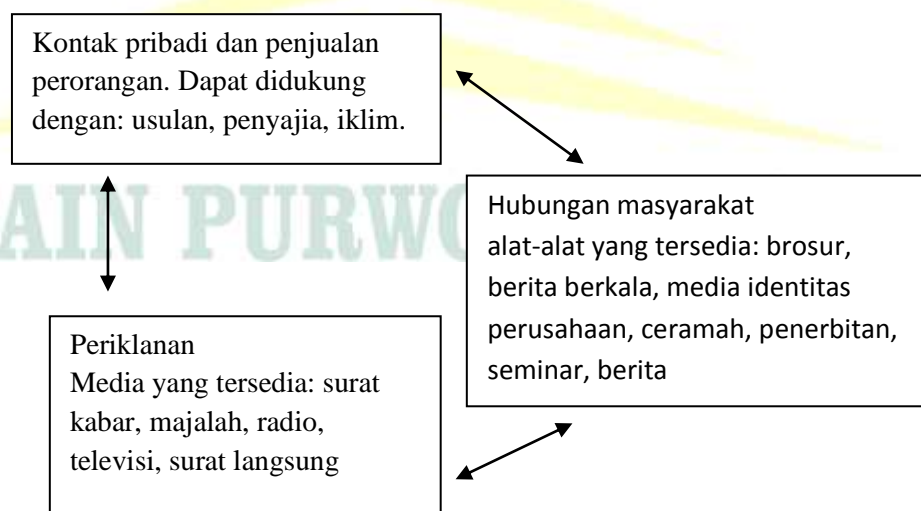
⁹⁰ Wawancara Dengan Taofik Abadi, Kepala Cabang, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 22 Mei 2018.

4. *Promotion* (Promosi)

Pemasaran modern tidak hanya memerlukan pengembangan produk/jasa yang baik, penetapan harga atau tarif jasa menarik serta lancarnya arus barang/jasa menuju pelanggan sasaran, tetapi perusahaan/bank harus mengadakan komunikasi dengan pelanggannya. Promosi atau bisa juga disebut juga dengan komunikasi pemasaran merupakan ujung tombak penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Meskipun jasa bank telah dikemas secara menarik dan disertai layanan yang professional namun apabila bank tidak mengkomunikasikan dengan calon nasabah maka mereka akan ragu-ragu untuk membelinya.

Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan beserta produknya agar bersedia menerima, membeli sekaligus loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan.⁹¹

Alat komunikasi untuk organisasi jasa professional menurut Kotler dan Bloom, 1987 adalah:⁹²



Dalam praktiknya paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik

⁹¹Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank...*, hlm. 323.

⁹²Ibid., hlm. 325.

produk maupun jasanya. Pertama promosi melalui periklanan (*advertising*). Kedua, melalui promosi penjualan (*sales promotion*), ketiga publisitas (*publicity*), dan keempat adalah promosi melalui penjualan pribadi (*personal selling*).⁹³ Dari keempat sarana promosi tersebut juga dilakukan oleh BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto mempromosikan produk-produknya melalui brosur, radio, koran serta internet melalui website <http://bprs-bas.blogspot.co.id/>.

Selain melalui periklanan, BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto mempromosikan produk-produknya dengan penjualan pribadi (*personal selling*) seperti yang dilakukan oleh *account officer* pembiayaan yang menawarkan produknya langsung kepada nasabah yang ingin melakukan pembiayaan, dan juga promosi yang dilakukan oleh *customer service* yang langsung menawarkan produknya kepada calon nasabah atau nasabah yang datang ke kantor.

Kemudian publisitas (*publicity*), yaitu promosi yang dilakukan oleh BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto dengan mengikuti pameran, serta menadakan kegiatan amal Ramadhan dengan membagikan takjil untuk berbuka puasa di mushola atau masjid di dekat BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, serta membagikan zakat fitrah berupa sembako di sekitar BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto bila sudah mendekati hari Raya Idul Fitri. Dari semua elemen promosi tersebut diharapkan dapat membangun citra bank menjadi lebih baik serta diharapkan masyarakat sekitar berminat menjadi nasabah serta melakukan pembiayaan di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto.⁹⁴ Dari penjelasan di atas strategi yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kasmir, Kotler dan Bloom.

⁹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 176.

⁹⁴ Wawancara Dengan Taofik Abadi, Kepala Cabang, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 22 Mei 2018.

Hasil yang diperoleh dari penerapan/implementasi bauran pemasaran pada pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas terhadap peningkatan/penurunan jumlah nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3. Daftar Jumlah Nasabah Pembiayaan *Murābahah* Tahun 2016-2017

Jenis Produk	Jumlah Nasabah	
	2016	2017
Pembiayaan <i>Murābahah</i> Modal Kerja	168	145
Pembiayaan <i>Murābahah</i> Investasi	68	53
Pembiayaan <i>Murābahah</i> Konsumsi	85	99
Jumlah	321	294

Jika dilihat dari data jumlah nasabah dari tahun 2016 sampai 2017 diatas mengalami penurunan jumlah nasabah pembiayaan *Murābahah* sebanyak 24 nasabah dari 321 nasabah menjadi 294 nasabah. Pembiayaan *Murābahah* Modal Kerja dan Investasi juga mengalami penurunan jumlah nasabah. Pembiayaan *Murābahah* Modal Kerja mengalami penurunan jumlah nasabah sebesar 23 nasabah dari 168 nasabah menjadi 145 nasabah. Pembiayaan *Murābahah* Investasi juga mengalami penurunan jumlah asabah sebesar 15 nasabah dari 68 nasabah menjadi 53 nasabah. Berbeda dengan dua pembiayaan *Murābahah* tadi Pembiayaan *Murābahah* Konsumsi justru mengalami kenaikan jumlah nasabah yaitu sebanyak 14 nasabah yang tadinya dari 85 nasabah pada tahun 2016 menjadi 99 nasabah pada tahun 2017.

Dilihat dari data diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Implementasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan *Murābahah* berpengaruh terhadap bertambah dan berkurangnya jumlah nasabah yang melakukan pembiayan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas. Untuk tingkat keberhasilan implementasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan *Murābahah* di BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas terjadi peningkatan jumlah nasabah hanya pada pada pembiayaan *Murābahah* Konsumsi yaitu sebesar 16,47%. Namun, setelah melakukan wawancara dengan Taofik Abadi Selaku Kepala Cabang BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas beliau

mengatakan bahwa ada faktor lain yang menyebabkan berkurangnya jumlah nasabah Pembiayaan *Murābahah* ini.

Penurunan jumlah nasabah ini juga disebabkan karena pada tahun 2014 BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto Banyumas melakukan uji coba pembiayaan tanpa agunan. Yaitu hanya dengan menggunakan Fc KTP dan Fc KK nasabah dapat mengajukan pembiayaan dengan plafon maksimal yaitu sebesar Rp. 3.000.000,00. Dengan kemudahan syarat pengajuan pembiayaan ini, banyak nasabah yang tertarik melakukan pembiayaan ini, namun setelah bulan berganti bulan, bahkan tahun terganti tahun banyak nasabah yang tidak melakukan kewajibannya melakukan pembayaran angsuran. Karena banyak nasabah yang tidak membayarkan angsurannya (pembiayaan macet) kemudian BPRS Bumi Arha Sampang melakukan tindakan hapus buku hingga tahun 2017 ini. Sehingga menurunkan jumlah nasabah pembiayaan dari tahun 2016 ke tahun 2017.⁹⁵



IAIN PURWOKERTO

⁹⁵ Wawancara Dengan Taofik Abadi, Kepala Cabang, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 7 Agustus 2018.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi bauran pemasaran yang digunakan oleh BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto adalah 4p (*product, price, place, promotion*). Produk Pembiayaan Murabahah yang ditawarkan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto terdiri dari 3 macam yaitu pembiayaan *Murābahah* investasi, pembiayaan *Murābahah* modal kerja, serta pembiayaan *Murābahah* konsumsi. *Price* atau harga yang ditawarkan BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto pada pembiayaan *Murābahah* dalam mengambil margin atau keuntungan tidak terlalu besar yaitu hanya sebesar 1,4% untuk angsuran tiap bulannya. Tempat atau lokasi distribusi BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto terletak di tengah kota purwokerto, namun lokasi kantornya sendiri kurang strategis karena bukan terletak di jalan utama melainkan di jalan alternatif. BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto menerapkan strategi jemput bola pada sistem pemasarannya. Promosi yang dilakukan BPRS Bumi Artha Sampang Kantor Cabang Purwokerto dengan mempromosikan produk-produknya melalui brosur, radio, koran, internet, pameran serta melalui kegiatan sosial.

Dilihat dari data yang telah penulis paparkan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa Implementasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan *Murābahah* berpengaruh terhadap bertambah dan berkurangnya jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan *Murābahah* di BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas. Untuk tingkat keberhasilan implementasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan *Murābahah* di BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas terjadi peningkatan jumlah nasabah hanya pada pada pembiayaan *Murābahah* Konsumsi yaitu sebesar 16,47%. Namun, ada faktor lain yang menyebabkan berkurangnya jumlah nasabah Pembiayaan *Murābahah* ini. Penurunan jumlah nasabah ini juga disebabkan karena pada tahun 2014 BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas melakukan uji coba

pembiayaan tanpa agunan. Karena banyak nasabah yang tidak membayarkan angsurannya (pembiayaan macet) kemudian BPRS Bumi Artha Sampang melakukan tindakan hapus buku hingga tahun 2017 ini. Sehingga menurunkan jumlah nasabah pembiayaan dari tahun 2016 ke tahun 2017.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penyusun berikan, sebagai berikut:

1. Untuk BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas
 - a. Mengadakan sosialisasi secara berkala kepada masyarakat umum, karena mayoritas masyarakat masih banyak yang belum paham mengenai perbankan syariah.
 - b. Meningkatkan pemasaran produk-produknya mengingat lokasi kantornya yang kurang strategis serta ketatnya persaingan dengan lembaga keuangan lain.
 - c. *Account Officer* BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas memperbanyak relasi agar dapat memaksimalkan pemasaran produk mengingat BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas menggunakan strategi pemasaran dengan jemput bola.
 - d. Diharapkan BPRS BAS KC Purwokerto Banyumas dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah nasabah dengan meningkatkan kualitas pelayanan.
 - e. Diharapkan lebih selektif apabila akan meluncurkan produk baru sehingga tidak menimbulkan kerugian di kemudian hari.
2. Untuk peneliti selanjutnya
Peneliti selanjutnya dapat diarahkan bagaimana memanfaatkan waktu yang singkat dan terbatas dalam pengolahan data semaksimal mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'I, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Asiyah, Binti Nur, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Kalimedia, 2015.
- Brosur Produk-Produk BPRS Bumi Artha Sampang Tahun 2017
- Dahlan, Ahmad, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, Kritik*, Yogyakarta: Teras, 2012.
- Deskripsi Kerjadan Kepegawaian BPRS Bumi Artha Sampang*
- Fauziyah, Een, 2015, "Implementasi Bauran Pemasaran Pengrajin Gamelan Prespektif Ekonomi Islam (studipadapengrajin gamelan Ibu Marliah di Pesayangan Purbalingga)", Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.
- Huda, Nurul & Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritisdan Praktis*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Kotler, Philip & A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Kurniawan, Fajar Argi 2017, "Implementasi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro Bank BRI Syariah KC Cirebon", Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.
- Layyinatufah, 2017, "Penerapan Marketing Mix pada Produk Simpanan Sukarela Lancar (SIRELA) di KSPPS BMT Al Hikmah Ungaran Cabang Bandungan", Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo, Semarang.
- Muhamad, *Audit & Pengawasan Syariah pada Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2011.
- _____, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Press, 2015.
- _____, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Pricing di Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2012.
- Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.

- Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Musrifah, 2016, “Implementasi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) pada Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Ajibarang Banyumas”, Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, Banyumas.
- Muthaher, Osmad, *Akuntansi Perbankan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Prabowo, Bagya Agung, *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah pada Perbankan Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2012.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, 2011.
- Sumarni, Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Suryabrata, Sumardi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Tanzeh, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta :Teras, 2011.
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2008.
- Umam, Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Wawancara Dengan Purwita Sari, Customer Service, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 7 Februari 2018
- Wawancara Dengan Purwita Sari, Customer Service, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 1 Februari 2018.
- Wawancara Dengan Taofik Abadi, Kepala Cabang, di BPRS Bumi Artha Sampang KC Purwokerto, Tanggal 22 Mei 2018.
- Widodo, Sugeng, *Moda Pembiayaan Lembaga Keuangan Islam Prespektif Apliantif*, Bantul: Kaukaba, 2014.
- Wiroso, *Jual Beli Murabahah*, Yogyakarta: UII Press, 2005.
- Yaya, Rizal, dkk., *Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Zamroni., dan Wahibur Rokhman, “Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah di Kudus”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.4, No. 1, (Juni), hlm. 99, 100-102.
- <http://bprs-bas.blogspot.co.id/2012/06/sejarah-bank.html>, diakses tanggal 23 Februari 2018 pukul 20.19 WIB.