

**STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN *MURĀBAHAH*
PADA PRODUK iB KEPEMILIKAN
DI BPRS GUNUNG SLAMET CILACAP**



SKRIPSI

**“Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)”**

**Oleh:
SELVI IRMAYANI
NIM. 1522202035**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2019**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia bank dibagi menjadi dua macam yaitu Bank Syariah dan Bank Konvensional. Bank Syariah 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.¹

Dalam pasal 1 angka 7 UU No. 10 Tahun 2008 disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.² Bank Umum Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.³

Pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) menurut Pasal 1 Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Yang dimaksud prinsip syariah dijelaskan pada Pasal 1 butir 13 Undang-undang tersebut adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*muḍhārābah*), pembiayaan berdasarkan penyertaan modal (*musyarākah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*Murābahah*), atau pembiayaan barang modal

¹ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hlm. 1

² Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teori, Praktik, Kritik*, (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 101.

³ Ibid,....., hlm. 102.

berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).⁴

Pembiayaan dengan prinsip syariah menurut UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah menjadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan dalam Pasal 1 nomor (12) adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar Bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.⁵

Eksistensi lembaga perbankan syariah berdirinya Bank Muamalat Indonesia di tahun 1992 merupakan indikasi awal dari perkembangan lembaga syariah di Indonesia, pada tahun 2005 hanya dalam kurun waktu 13 tahun, lembaga syariah di Indonesia tumbuh dengan pesat. Lembaga-lembaga itu adalah perbankan syariah, reksadana syariah, pegadaian syariah, bahkan properti dan hotel syariah.⁶

Tingginya jumlah penduduk yang beragama Islam di Indonesia merupakan peluang besar bagi bank berbasis syariah untuk menarik nasabah. Banyaknya bank dan lembaga keuangan syariah baru, akan menjadikan persaingan ketat. Bagi seorang konsumen atau nasabah hal tersebut akan membuat mereka lebih selektif didalam memilih bank. Lembaga keuangan syariah sebagai bank pada awal berdirinya mempunyai tujuan untuk bisa bermuamalat dalam bidang ekonomi yang sesuai dengan syariah Islam yaitu dalam operasionalnya tidak mengandalkan riba.

Allah SWT sangat melarang adanya Riba walau sekecil apapun tetap saja riba dan Allah mengharamkannya. Di tegaskan dalam Al-Qur'an surat Ali Imron ayat 130:

⁴ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), hlm. 2-3.

⁵ Binti Nur Aisyah, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2015), hlm. 2

⁶ Hermawan Kertajaya dan muhamad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 160.

يَتَّيِّهَهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً
وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*”.

Dari Jabir bin ‘Abdillah, beliau berkata:

لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- أَكِلَ الرِّبَا وَمُوكِلَهُ وَكَاتِبَهُ
وَشَاهِدِيهِ وَقَالَ هُ سَوَاءٌ

Artinya: “*Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam melaknat pemakan riba (rentenir), orang yang menyerahkan riba (nasabah), pencatat riba (sekretaris) dan dua orang saksinya.*” Beliau mengatakan, “*Mereka semua itu sama.*”(HR. Muslim no. 1598).

Meski perkembangan dan kinerja perbankan syariah terus meningkat, proses sosialisasi kepada masyarakat harus gencar dilakukan. Membangun citra syariah dibenak konsumen adalah tantangan bagi para pelaku ekonomi syariah karena rendahnya pemahaman masyarakat terhadap sistem ekonomi syariah.

Perbankan telah melakukan usaha-usaha yang mengarah kepada pemenuhan kebutuhan nasabah. Produk-produk baru diciptakan sebagai pengembangan ke arah peningkatan untuk mempertemukan kualitas pelayanan yang lebih baik.

Karakteristik pembiayaan dengan prinsip jual beli, bank Islam sebagai penjual suatu barang harus memberitahu kepada nasabah sebagai pembeli, tentang harga produk yang telah ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan (margin) sebagai tambahannya. Nasabah dapat melakukan pembayaran dengan diangsur atau dicicil dengan kesepakatan bersama. Pembiayaan atas prinsip jual beli cocok bagi nasabah yang membutuhkan tambahan aset, namun kekurangan dana untuk melunasinya secara sekaligus.

Pembiayaan yang diperuntukan untuk pemenuhan kebutuhan nasabah yang bersifat konsumtif baik berupa rumah atau kendaraan bermotor terdiri dari dua bentuk, yaitu pembiayaan berdasarkan prinsip jual beli dan pembiayaan berdasarkan prinsip sewa beli.⁷

Murabahah adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual belikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu.⁸

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing. Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kegiatan dan kebutuhan nasabahnya akan terpenuhi.⁹

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Apabila sebuah usaha mempunyai strategi pemasaran yang bagus maka usahanya akan cepat berkembang. Menurut Tull dan Kahle (1990) mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran dan biaya bauran pemasaran.¹⁰

⁷ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 222-223.

⁸ Ahmad Ifham, *Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah dengan Mudah*, (Jakarta: Gramedia, 2015), hlm. 127.

⁹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2010), hlm. 52.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), hlm. 6.

Perusahaan perbankan akan mengalami kesulitan untuk berkembang apabila perusahaan tersebut ditinggalkan oleh nasabahnya. Perusahaan perbankan harus memiliki strategi yang baik dalam memasarkan produknya dan menjangkau konsumen untuk menjadi nasabahnya baik dari produk, lokasi usaha, promosi, dan harga sehingga perusahaan dapat menang dalam persaingan dan dapat meningkatkan jumlah nasabahnya. Sistem operasional sehari-hari BPRS Gunung Slamet Cilacap menggunakan sistem operasional perbankan yang menganut pada prinsip-prinsip syariah. Dalam memasarkan produknya seorang pemasar haruslah pandai membaca situasi pasar sekarang dan yang akan datang. Dalam hal ini artinya pemasar harus mengerti tentang apa yang dibutuhkan dan yang diinginkan konsumen agar konsumen merasa puas dengan apa yang di dapat karena pemasaran bukanlah hanya sekedar memperkenalkan produk akan tetapi menciptakan kepuasan kepada konsumen.¹¹

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut berorientasi pada: (1) produk funding (pengumpulan dana); (2) orientasi pada pelanggan; (3) peningkatan mutu layanan; dan (4) meningkatkan fee based income. Dengan demikian strategi pasar merupakan hal penting dalam pemasaran bank syariah. Yang dimaksud strategi pasar adalah penetapan secara jelas pasar bank syariah sehingga menjadi kunci utama untuk menerapkan elemen-elemen strategi lainnya.¹²

Pemasaran memerlukan strategi yang tepat dengan aspek pendukungnya untuk mampu bertahan dipasaran, perusahaan senantiasa berusaha dengan berbagai cara untuk tetap mempertahankan eksistensinya dengan cara mengembangkan strategi pemasaran dan merumuskan strategi-strategi bisnis serta tanggap dan mampu menyesuaikan diri terhadap

¹¹ Wawancara dengan Yuliantoro K.A (Direktur BPRS Gunung Slamet Cilacap pada tanggal 22 Februari 2019).

¹² Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), hlm. 223-224.

lingkungan tersebut setiap perusahaan dapat mengembangkan strategi untuk mengatasi ancaman eksternal dan merebut peluang yang ada, setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran maka dari itu dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif dan kompetitif perusahaan mendapatkan sejauh mana sesuatu mengenai pesaingnya perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran promosi, miliknya dan milik pesaing dengan cara ini perusahaan dapat menemukan kekurangan dan keunggulan kompetitif yang ada dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing.¹³

BPRS Gunung Slamet adalah salah satu BPR yang beroperasi berdasar prinsip syariah, mendapat penghargaan BPRS terbaik peringkat 10 nasional pada tahun 2013, peringkat 13 nasional pada tahun 2014, peringkat 3 nasional pada tahun 2016 dan 2017.¹⁴

Pembiayaan iB Kepemilikan merupakan salah satu produk pembiayaan unggulan yang ditawarkan BPRS Gunung Slamet dan banyak diminati oleh nasabah terlihat dari banyaknya nasabah yang selalu meningkat setiap tahunnya. Pembiayaan ini menggunakan akad *Murabahah* yaitu dimana bank memberikan fasilitas pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin memiliki suatu jenis barang dengan menggunakan transaksi jual beli sebesar harga pembelian ditambah margin keuntungan yang disepakati dengan cara pembayaran sesuai kesepakatan.¹⁵

¹³ Rizki Ramadani, Skripsi, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi pada KSPPS BMT Arsyada Metro)*, (UIN Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 23-24.

¹⁴ Brosur Produk BPRS Gunung Slamet Cilacap

¹⁵ Ibid.

Tabel 1.
Jumlah Nasabah Pembiayaan BPRS Gunung Slamet Cilacap
Per 31 Desember Periode 2015-2017¹⁶

| Periode | Produk Pembiayaan | Pembiayaan | Jumlah Nasabah Pembiayaan | NPF (%) | Ket |
|---------|-------------------|----------------|---------------------------|---------|-----|
| 2016 | iB Kepemilikan | 34.077.904.663 | 871 | 0,52 | S |
| | iB Investasi | 650.000.000 | 5 | 0,00 | S |
| | iB Modal Bersama | 2.944.207.351 | 14 | 4,04 | S |
| | iB Multijasa | 1.916.453.501 | 117 | 1,79 | S |
| | iB Dana Talangan | 504.000.000 | 4 | 0,00 | S |
| 2017 | iB Kepemilikan | 47.041.304.367 | 1063 | 1,06 | S |
| | iB Investasi | 640.000.000 | 5 | 0,00 | S |
| | iB Modal Bersama | 3.973.160.208 | 16 | 16,43 | KS |
| | iB Multijasa | 2.634.251.557 | 152 | 1,30 | S |
| | iB Dana Talangan | 34.000.000 | 2 | 0,00 | S |
| 2018 | iB Kepemilikan | 62.951.402.326 | 1.139 | 3,51 | S |
| | iB Investasi | 1.905.000.000 | 10 | 0,00 | S |
| | iB Modal Bersama | 2.242.436.544 | 10 | 24,41 | TS |
| | iB Multijasa | 2.778.322.242 | 157 | 3,04 | S |
| | iB Dana Talangan | 225.900.000 | 5 | 0,00 | S |

Sumber: BPRS Gunung Slamet Cilacap

Keterangan:

S = SEHAT : 0% s/d 5%

CS = CUKUP SEHAT : > 5% s/d 10%

KS = KURANG SEHAT : > 10% s/d 20%

TS = TIDAK SEHAT : > 20% ke atas

Dilihat dari data tersebut dapat menunjukkan bahwa pembiayaan iB Kepemilikan menempati posisi pertama pembiayaan yang paling diminati oleh para nasabah. Pada tahun 2016 jumlah nasabah pembiayaan iB Kepemilikan sebanyak 871 orang, pada tahun 2017 sebanyak 1063 orang, pada tahun 2018 sebanyak 1.139 orang. Seiring dengan meningkatnya nasabah, NPF pembiayaan iB Kepemilikan juga ikut meningkat namun masih tergolong dalam kondisi sehat.

¹⁶ Hasil wawancara dengan Cici Aisyah selaku Admin BPRS Gunung Slamet Cilacap, pada tanggal 22 Februari 2019.

Dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan lending officer BPRS Gunung Slamet Cilacap, menjalankan perannya dalam satu tahun bisa mencapai sebanyak 89% dari target yang ditentukan.¹⁷

BPRS Gunung Slamet adalah salah satu BPR yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Maka untuk mengetahui lebih lanjut mengenai strategi pemasaran produk *Murābahah*, peneliti tertarik untuk meneliti dan memilih judul penelitian “**Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* pada Produk iB Kepemilikan di BPRS Gunung Slamet Cilacap**”.

B. Definisi Operasional

Skripsi ini berjudul Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* pada Produk iB Kepemilikan di BPRS Gunung Slamet Cilacap. Untuk mempermudah pengertian dan maksud judul tersebut, terlebih dahulu disini peneliti jelaskan arti kata atau istilah dari kata-kata penting yang terdapat dalam judul, diantaranya yaitu:

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sebagai pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dahulu, di dalamnya tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya pemasaran yang diperlukan.¹⁸

2. Pembiayaan *Murābahah*

Murābahah adalah transaksi jual beli suatu barang ditambah dengan margin yang disepakati oleh para pihak, dimana penjual menginformasikan terlebih dahulu harga perolehan kepada pembeli.¹⁹ Dalam hal ini adalah produk pembiayaan *Murābahah* yang ditawarkan oleh BPRS Gunung Slamet Cilacap.

¹⁷ Hasil wawancara dengan Dedy Riyanto selaku Marketing Pembiayaan BPRS Gunung Slamet, pada tanggal 22 Februari 2019.

¹⁸ Philip Kotler, *Marketing*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 401.

¹⁹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Depok: RajaGrafindo Persada, 2014), hlm. 46-47

3. iB Kepemilikan

iB Kepemilikan merupakan salah satu produk pembiayaan di BPRS Gunung Slamet Cilacap yang menggunakan akad *Murābahah* dimana bank memberikan fasilitas pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin memiliki suatu jenis barang dengan menggunakan transaksi jual beli sebesar harga pembelian ditambah margin keuntungan yang disepakati dengan cara pembayaran sesuai kesepakatan.²⁰

4. BPRS Gunung Slamet Cilacap

BPRS Gunung Slamet merupakan salah satu lembaga perbankan yang ada di Kabupaten Cilacap yang menerapkan sistem dan operasional berdasarkan syariah Islam dengan tidak menggunakan sistem bunga, melainkan menggunakan sistem bagi hasil, jual beli, dan sewa menyewa.²¹

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murābahah* pada Produk iB Kepemilikan yang dilakukan oleh BPRS Gunung Slamet Cilacap dalam meningkatkan jumlah nasabah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 1. Mengetahui strategi pemasaran pembiayaan *Murābahah* pada produk iB Kepemilikan yang dilakukan oleh BPRS Gunung Slamet Cilacap.
2. Manfaat dari penelitian ini adalah:
 - a. Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk melengkapi kajian teoritis yang berkaitan dengan lembaga keuangan mikro syariah yaitu tentang strategi pemasaran pembiayaan *Murābahah*.

²⁰ <http://bprsgunungslamet.blogspot.com> diakses pada 05 Januari 2019.

²¹ Ibid

b. Praktik

1) Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan terkait dengan masalah penelitian serupa.

2) Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa tentang lembaga keuangan syariah. Dengan adanya penelitian ini diharapkan mahasiswa mengerti tentang Bagaimana strategi pemasaran produk pembiayaan *Murābahah* pada Lembaga-lembaga Keuangan.

3) Bagi PT BPRS Gunung Slamet

Memberikan saran dan masukan bagi BPRS Gunung Slamet mengenai strategi pemasaran produk pembiayaan guna meningkatkan minat dan kepercayaan masyarakat.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan kerangka dari skripsi yang memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun sistematika pembahasan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian, serta Sistematika Pembahasan.

Bab II menjelaskan tentang Landasan Teori yang terdiri dari dua sub bab. Sub bab pertama membahas tentang Strategi Pemasaran, Konsep Pemasaran, serta marketing mix. Sedangkan pada sub bab kedua peneliti membahas tentang Pembiayaan *Murābahah*, yang meliputi Pengertian dan Landasan Hukum Pembiayaan *Murābahah*, Manfaat dan Resiko Pembiayaan *Murābahah*, serta Praktik pembiayaan *Murābahah* di PT BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Bab III membahas tentang Metode Penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, waktu penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan dan penelitian, dan metode analisis data penelitian.

Bab IV membahas tentang Strategi Pemasaran Pembiayaan *Murabahah* pada Produk iB Kepemilikan di BPRS Gunung Slamet Cilacap. Pada bab ini akan membahas mengenai gambaran umum BPRS Gunung Slamet Cilacap, yang meliputi sejarah berdirinya BPRS Gunung Slamet Cilacap, Tujuan Pendirian BPRS Gunung Slamet Cilacap, Visi dan Misi BPRS Gunung Slamet Cilacap, Struktur Organisasi BPRS Gunung Slamet Cilacap, Konsep Operasional serta Produk Pembiayaan di BPRS Gunung Slamet Cilacap. Kemudian, akan dibahas pula mengenai Tahapan Proses Pembiayaan iB Kepemilikan di BPRS Gunung Slamet Cilacap dan Strategi Pemasaran pada produk Pembiayaan iB Kepemilikan di BPRS Gunung Slamet Cilacap.

Bab V mencakup kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan.

Selanjutnya pada bagian akhir dari skripsi ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup peneliti.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran pembiayaan murabahah pada produk iB kepemilikan di BPRS Gunung Slamet Cilacap, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Gunung Slamet Cilacap dalam meningkatkan nasabah pembiayaan iB Kepemilikan dengan menentukan strategi segmentasi, *positioning*, dan *targeting*.

Adapun penerapan dalam memasarkan produk pembiayaan iB kepemilikan secara umum menggunakan teori marketing mix 4P yang meliputi:

1. Produk, dimana produk pembiayaan yang ditawarkan adalah produk pembiayaan iB kepemilikan yang merupakan pembiayaan yang diperuntukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang ingin memiliki suatu jenis barang dengan menggunakan transaksi jual beli sebesar harga pembelian ditambah margin keuntungan yang disepakati dengan cara pembayaran sesuai kesepakatan
2. Harga, margin pembiayaan disesuaikan dengan jangka waktu proses pencairan untuk proses pencairan yang tercepat yaitu satu hari dengan penawaran margin tertinggi biasanya 1,5% dan untuk pencairan standar dengan waktu kurang dari 7 hari dengan negosiasi margin sekitar 1,2% - 1,3%, harga ini disesuaikan dengan menggunakan analisis 5C dan kebijakan bank.
3. Lokasi BPRS Gunung Slamet yang strategis dimana kantor pusat terletak di pusat kota cilacap, memiliki 3 kantor kas yaitu Kantor Kas Gunung Sumping, Kantor Kas Kesugihan, dan Kantor Kas Kroya, dan 1 Kantor Cabang di Ajibarang.
4. Serta promosi yang dilakukan dengan periklanan, target *lending officer*, kekeluargaan, dan jemput bola.

B. Saran

1. Kepada pihak BPRS Gunung Slamet Cilacap diharapkan semakin aktif untuk meningkatkan inovasi dan kualitas produk dalam kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan perkembangan teknologi modern yang terus meningkat pesat seperti pemanfaatan jejaring sosial internet sebagai media promosi, serta mampu membangun citra ekonomi syariah yang lebih baik.
2. Kepada para akademis, penelitian ini bukanlah penelitian yang sempurna. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian yang lebih mendalam kepada objek yang diteliti sehingga hasil penelitian akan semakin lebih baik dan dapat memperoleh pengetahuan yang baru.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Binti Nur. 2015. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Ali, Zainuddin. 2010. *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Buchory, Hery Achmad dan Djaslim Saladin. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah Teori, Praktik, Kritik*. Yogyakarta: Teras.
- Emir, Mohamad, dkk. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus: PT Primafood Internasional)*. Jurnal Manajemen IKM Vol. 13 No. 1.
- Entaresmen, R. Ajeng dan Desy Putri Pertiwi. 2016. *Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan iB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*. Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol . 9 No. 1.
- Faiqoh, Rida. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus*. Jurnal Iqtishadia, Vol. 6, No. 2.
- Hadi, Amirul. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hartono, Jogiyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE.
- <http://bprsgunungslamet.blogspot.com>.
- Ifham, Ahmad. 2015. *Ini Lho Bank Syariah! Memahami Bank Syariah dengan Mudah*. Jakarta: Gramedia.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. 2017. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Kertajaya, Hermawan dan Muhamad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kotler, Philip. 1996. *Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Machfoedz, Mas'ud dan Mahmud Machfoedz. 2004. *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Meldiana, Dina Nur. 2016. *Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto*. Tugas Akhir: IAIN Purwokerto.
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Muhamad. 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Oisina, Meutia Resky. 2018. *Analisis Swot Strategi Pemasaran Produk-Produk Pembiayaan pada Pegadaian Syariah*. Skripsi: UIN Raden Intan Lampung.
- Prabowo, Bagya Agung. 2014. *Aspek Hukum Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Pribadi, Sandy Rheza. 2016. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) di Bank BRI Syariah Purwokerto*. Tugas Akhir: IAIN Purwokerto.
- Purhantara, Wahyu. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purwanti, Endang. 2012. *Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kaligondo Salatiga*. Jurnal Among Makarti Vol. 5 No. 9.
- Ramadani, Rizki. 2018. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi pada KSPPS BMT Arsyada Metro)*. Skripsi: UIN Raden Intan Lampung.

- Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. 2010. *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukotjo, Hendri dan Sumanto Radix A. 2010. *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Participant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol. 1, No. 2.
- Sumarni, Murti, 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty.
- Syauqoti, Rofiatus. 2018. *Aplikasi Akad Murabahah pada Lembaga Keuangan Syariah*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Volume 3 Nomer 1.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Umar, Husein. 2010. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Untari, Shinta Nurafni, dkk. 2017. *Strategi Pemasaran Mobil Merek Daihatsu pada Dealer Daihatsu Jember*. Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial Vol. 11 No. 2.
- Usman, Husaini dan Purnomo Stiady Akbar. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widiawati, Ririn. 2015. *Tugas Akhir Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah pada Bank Mega Syari'ah Cabang Ungaran*. Skripsi: UIN Walisongo Semarang.
- Wiroso. 2005. *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Zainudin, Afad. 2017. *Strategi Pemasaran Pembiayaan Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Purwokerto*. Tugas Akhir: . IAIN Purwokerto.