

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PAS LEKSANA
KEPADA NASABAH NON MUSLIM DI BPRS ARTA LEKSANA
KANTOR CABANG WANGON BANYUMAS**



LAPORAN TUGAS AKHIR

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

Oleh :

IAIN PURWOKERTO
AWALIA PUTRI SEPTIANA

NIM: 1323206017

**PROGRAM DIPLOMA III
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN

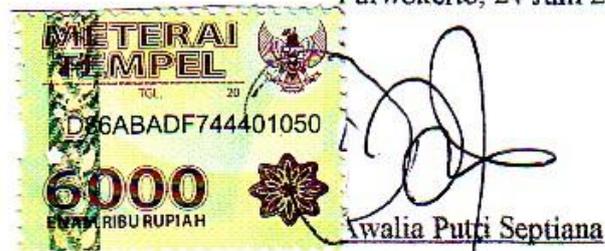
Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tugas Akhir ini merupakan karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memenuhi gelar Ahli Madya (A.Md.) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Purwokerto, 24 Juni 2016



NIM.1323206017

IAIN PURWOKERTO



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PAS LEKSANA KEPADA
NASABAH NON MUSLIM DI BPRS ARTA LEKSANA
KANTOR CABANG WANGON BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara/i **AWALIA PUTRI SEPTIANA NIM.1323206017** Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari Senin tanggal 27 Juni 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya** dalam **Ilmu Perbankan Syariah** oleh Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP. 19730921 200212 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Chandra Warsito, S.TP, SE., M.Si
NIP. 19790323 201101 1 007

Pembimbing/Penguji

Yoiz Shofwa Shaffani, SP., M.Si
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, Juli 2015

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan,



Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

MOTO HIDUP

Bahkan yang tumpul bisa diasah jadi tajam, maka tidak ada yang tak berpotensi sukses, kecuali mereka yang senang bermalas-malasan



PERSEMBAHAN

Dalam perjalanan hidup penulis, penulis tidak pernah bisa hidup sendiri, penulis selalu butuh kawan untuk mengisi kekosongan dalam kehidupan yang fana ini, baik suka maupun duka selalu bersama. Sebagai bentuk rasa terimakasih penulis kepada mereka semua, penulis hanya sanggup untuk mempersembahkan sebuah karya sederhana ini. Karya tulis ini penulis persembahkan untuk :

- ❖ Bapak (Sukirwan) dan Ibu (Umi Atun) tercinta yang selalu mendoakan, memberikan motivasi, dorongan, kasih sayang dan pengorbanan yang tidak ternilai agar putrinya menuntut ilmu setinggi mungkin.
- ❖ Adikku tersayang yang menciptakan warna dalam hari-hari penulis, dan menjadi sumber motivasi penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini,
Ainun Mahya R
- ❖ Alm. Pa' De (Agus Sjaeful), terimakasih atas semuanya dan maaf belum bisa membalas semua kebaikanmu Pa'de. Semoga diberikan tempat terindah disisi Allah.
- ❖ Mbah kakung, Mbah Uti, Tante dan Keluarga besar lainnya, terimakasih atas segala dukungan dan semangat yang diberikan selama penulisan laporan tugas akhir ini.
- ❖ Untuk Ibu Yoiz Shofwa Shafrani, SP, M.Si yang dengan tulus ikhlas meluangkan waktunya, membimbing dan membagikan ilmunya hingga terselasainya Tugas Akhir ini dan tak lupa seluruh Dosen yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membagikan ilmunya kepada penulis.

- ❖ Teman-teman D III MPS-B Angkatan 2013 yang selalu membuat suasana kelas yang menyenangkan dan terimakasih atas segala kebaikan kalian semasa kuliah hingga saat ini.
- ❖ Serta pembaca sekalian.



KATA PENGANTAR



Assalamu 'laikum Warahmatullahi Wabarakaatuhu

Alhamdulillah *alamin*. Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunia serta rahmat-Nya yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Tabungan PAS Leksana Kepada Nasabah Non Muslim di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon. Tak lupa pula sholawat dan salam selalu senantiasa tercurah pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa penelitian untuk penulisan Tugas Akhir ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa ada bantuan dan bimbingan dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang sangat berjasa dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.

Oleh sebab itu, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis untuk mengucapkan rasa terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag. selaku Rektor IAIN Purwokerto,
2. Dr.H. Fathul Aminudin, A., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto,

3. Yoiz Shofwa Shafrani, SP.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syari'ah, dan selaku Pembimbing Tugas Akhir,
4. H. Sochimim, Lc, M.Si, Kepada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah, Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto,
5. Dzurrotun Nafisah, S.Ag, M.S.I. selaku Pembimbing Akademik Program Diploma III Manajemen Perbankan Syari'ah angkatan 2013,
6. Imam Mustofa, selaku Pimpinan BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon,
7. Khamim Mutohar, selaku Pembimbing Lapangan dari Arta Leksana Kantor Cabang Wangon,
8. Segenap karyawan BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon yang selalu memberikan pengarahan selama Praktek Kerja,
9. Seluruh Dosen IAIN Purwokerto atas ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan,
10. Kedua Orang tua dan keluarga tercinta atas semangat dan dukungannya baik spiritual maupun materiil,
11. Sahabat dan teman-teman D III MPS angkatan 2013 yang telah memberikan semangat, dukungan, saran, dan keceriaan selama 3 tahun ini,
12. 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, Semoga balasan Allah SWT yang lebih baik senantiasa tercurah untuk kita semua.

Amin Ya Robbal 'Alamin.....

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakatuhu

Purwokerto, 24 Juni 2016

IAIN PURWOKERTO



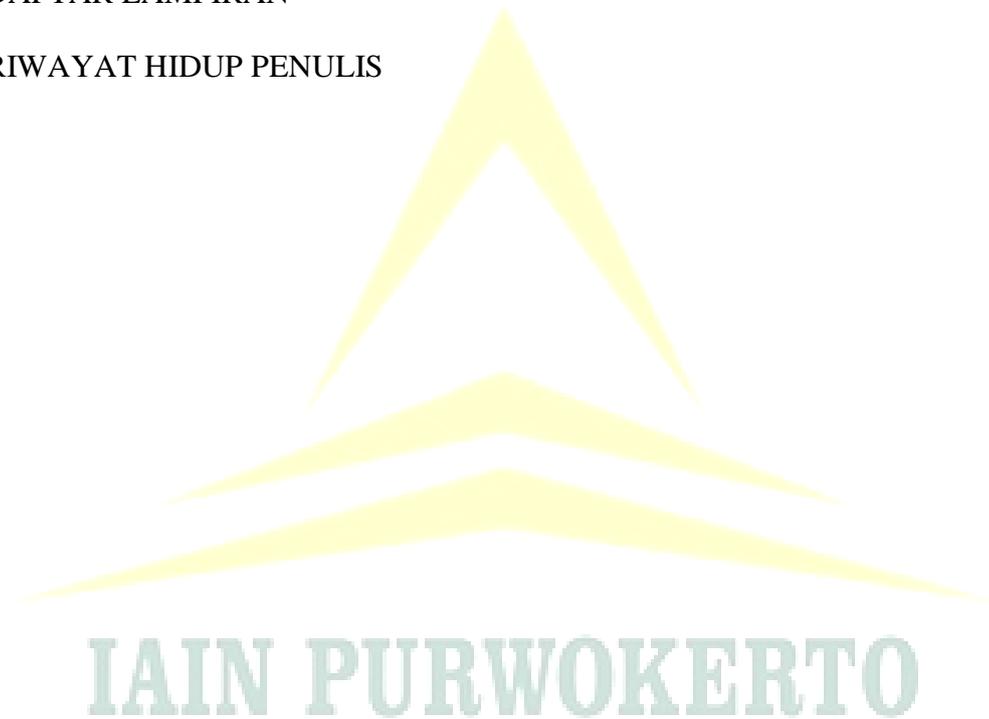
Awalia Putri Septiana
NIM.1323206017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO HIDUP	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Penegasan Istilah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penulisan Tugas Akhir.....	7
E. Metode Penulisan Tugas Akhir	8
1. Jenis Penelitian	8
2. Jenis Sumber Data	8
3. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9
4. Teknik Pengumpulan Data	10

	5. Metode Analisis Data	11
	F. Sistematika Penulisan	12
BAB II	LANDASAN TEORI	14
	A. Produk <i>Funding</i> di Perbankan Syari'ah	14
	B. Strategi Pemasaran.....	17
	C. Strategi Pemasaran Produk <i>Funding</i>	20
	D. Penelitian Terdahulu	24
BAB III	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	27
	A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	27
	1. Sejarah Singkat BPRS Arta Leksana	27
	2. Visi dan Misi	30
	3. Kelembagaan.....	30
	4. Struktur Organisasi PT. BPRS Arta Leksana.....	31
	5. Sistem Operasional dan Produk-Produk	46
	a. Sistem Operasional BPRS Arta Leksana	46
	b. Produk-Produk BPRS Arta Leksana	49
	6. Prosedur pembukaan dan penutupan rekening tabungan di BPRS Arta Leksana	55
	B. Pembahasan.....	57
	1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan PAS Leksana kepada Nasabah Non Muslim	57
	2. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan PAS Leksana kepada Nasabah Non Muslim	63

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung di BPRS Arta Laksana.....	66
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Inventaris	29
Tabel 2. Data Fasilitas.....	29
Tabel 3. Daftar Pemegang Saham.....	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi BPRS Arta Leksana	32
-------------------------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Blangko Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2. Brosur BPRS Arta Leksana
- Lampiran 3. Slip Setoran dan Slip Pengambilan Tunai
- Lampiran 4. Formulir Permohonan Pembukaan Rekening Tabungan
- Lampiran 5. Surat Permohonan Penutupan Tabungan
- Lampiran 6. Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian
- Lampiran 7. Dokumentasi pemberian hadiah kepada non muslim
- Lampiran 8. Sertifikat Pratik Kerja Lapangan (PKL)
- Lampiran 9. Sertifikat BTA/PPI
- Lampiran 10. Sertifikat Komputer
- Lampiran 11. Sertifikat Bahasa Inggris
- Lampiran 12. Sertifikat Bahasa Arab

IAIN PURWOKERTO

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PAS LEKSANA
KEPADA NASABAH NON MUSLIM
DI BPRS ARTA LEKSANA KANTOR CABANG WANGON BANYUMAS

Awalia Putri Septiana

NIM. 1323206017

E-mail: Awaliaputri66@gmail.com
Program D III Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon merupakan salah satu lembaga keuangan yang syariah yang berada di Ruko No.7 Pasar Wangon Banyumas. Bank yang dijalankan dengan prinsip syariah ini tidak hanya ditujukan untuk umat muslim saja tetapi juga non muslim.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pemasaran yang digunakan kepada nasabah non muslim dengan produk tabungan Pas Leksana di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon. Dirumuskan permasalahan : bagaimana strategi BPRS Arta Leksana dalam memasarkan produknya kepada nasabah non-muslim, faktor apa saja yang menyebabkan nasabah non muslim memilih menabung di BPRS Arta Leksana.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian mengenai manusia (dapat suatu kelompok, organisasi maupun individu), peristiwa, latar secara mendalam. Sedangkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dari proses analisa tersebut, untuk mengevaluasi fakta-fakta dan memberikan penilaian terhadap masalah yang diangkat dalam penelitian ini. BPRS Arta Leksana sendiri dalam memasarkan produk dengan cara melakukan proses pengelompokan pasar, membidik pasar, dan menempatkan produk di benak konsumen. Setelah itu BPRS Arta Leksana menerapkan strategi produk, harga, lokasi dan layout dan yang terakhir promosi, atau yang biasa disebut dengan *marketing mix*.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Non Muslim, Marketing Mix

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan jaman yang semakin maju dan pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat banyak persaingan-persaingan pasar yang terjadi dalam dunia bisnis ekonomi pada saat ini. Hal ini menjadikan sebuah tuntutan yang lebih besar lagi dalam memasarkan sebuah produk maupun jasa kepada masyarakat. Pemasaran atau marketing merupakan sebuah ujung tombak dari sebuah dan usaha atau perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya kepada masyarakat. Dalam hal ini peran seorang marketing menjadi tidak mudah lagi dalam menjalankan perusahaannya. Untuk itu seorang marketing harus pandai-pandai membaca kondisi lapangan yang sedang terjadi. Oleh karena itu, bekal pengalaman, ketrampilan dan pendidikan sangatlah penting untuk sebuah pemasaran produk dan jasa perusahaan.

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya.

Dalam menjalankan strategi pemasarannya, bank diharapkan terus-menerus mengetahui dan memantau setiap gerak-gerik pesaingnya. Bank

dapat mencari informasi mengenai kegiatan pesaing. Tujuannya adalah agar bank mengetahui keunggulan pesaing dalam bidang mana dan dimana letak kelemahan pesaing. Dengan mengetahui keunggulan dan kelemahan pesaing, maka perusahaan dapat dengan mudah melakukan berbagai serangan terhadap kelemahan pesaing dan berusaha untuk bertahan jika suatu waktu terjadi serangan balik dari pesaingnya.¹

Bagi lembaga keuangan baik konvensional maupun syari'ah yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan nasabahnya akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia usaha apalagi seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu terus menerus melakukan riset pasar.

Lembaga keuangan syari'ah merupakan lembaga keuangan yang baru dalam tahap perkembangan sehingga memerlukan perjuangan yang keras dalam mendapat kepercayaan dari masyarakat. Operasionalisasi lembaga keuangan syari'ah dengan mengelola dana masyarakat yang dimanfaatkan dalam kegiatan usaha secara produktif dengan berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam, sehingga dalam operasionalisasinya menjauhkan diri dari masalah *riba'* dan dengan menggunakan sistem bagi hasil yang tidak menyulitkan nasabahnya dalam mengembalikan pinjaman modal.

¹Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.228.

Terkait dengan lembaga keuangan syariah, Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah merupakan salah satu bidang usaha yang saat sekarang ini telah banyak muncul dan berkembang di tengah-tengah masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya jumlah BPRS yang sudah ada di pelosok daerah. Bank-bank tersebut beroperasi dengan memberikan jasa di bidang penyimpanan uang dan memberikan pembiayaan kepada masyarakat. Adapun sasaran konsumen yang selanjutnya disebut nasabah adalah masyarakat dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, walaupun ada juga beberapa nasabah yang dari kalangan atas.

Salah satu Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah yang tengah berkembang adalah BPRS Arta Leksana yang terletak di Ruko No. 7 Pasar Wangon Banyumas, adalah suatu badan yang bergerak di bidang penyediaan jasa simpanan dan pinjaman bagi para nasabahnya. Di tengah persaingan yang sangat ketat dengan bank-bank pemerintah maupun swasta, perusahaan ini selalu berusaha mengembangkan usahanya. Persaingan juga datang dari Bank Pembiayaan lain, yang saat ini jumlahnya sudah relatif banyak. Salah satu bentuk usaha yang dilaksanakan oleh perusahaan adalah memberikan pelayanan bagi para nasabahnya dengan sebaik mungkin agar dapat menumbuhkan kepuasan dari para nasabahnya. Sasaran akhir dari usaha tersebut adalah agar kepuasan yang diperoleh para nasabah tersebut dapat mendatangkan calon-calon nasabah lainnya.²

²Wawancara dengan Saein (*Funding Officer*), tanggal 4 Maret 2016, di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon.

Sudah bukan menjadi rahasia bahwa Bank Syariah bukan hanya ditujukan kepada umat yang beragama Islam saja, tetapi juga bisa ditujukan kepada berbagai umat beragama, bahkan umat yang tidak beragama sekalipun. Dengan kata lain Bank Syari'ah bisa memberikan pembiayaan atau jasa kepada non muslim. Di BPRS Arta Leksana sendiri menerima pembiayaan dan tabungan dari nasabah non muslim. Nasabah non muslim di BPRS Arta Leksana Wangon sendiri tidak terlalu banyak, pada tahun 2014 hanya ada 2 nasabah non muslim yang menabung di Bank Syari'ah, tetapi kemudian di tahun 2015 ada kenaikan, ada 7 nasabah non muslim yang menabung di BPRS Arta Leksana Wangon. Kenaikan tersebut cukup bagus, melihat pada tahun 2014 yang hanya ada 2 orang nasabah non muslim.

Nasabah non muslim di BPRS Arta Leksana Wangon kebanyakan menabung dengan produk tabungan PAS Leksana dari produk *wadi'ah*. *Wadi'ah* yang berarti nasabah bisa mengambil uang sewaktu-waktu dan sebagai imbalan kepada pemilik barang atau dana dapat diberikan berupa bonus yang tidak disyaratkan sebelumnya.³

Saat ini memang cukup banyak umat non muslim yang menggunakan produk-produk Bank Syariah tetapi mereka belum mengetahui betul tentang haramnya riba. Dan bank-bank syari'ah di Indonesia masih belum melakukan promosi dengan optimal untuk meraih pasar dari umat non muslim. Juga masih belum memberikan informasi tentang apa saja keuntungan matematis

³Wirosa, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta: Grasindo, 2005), hlm. 23.

bisnis bila bergabung dengan Bank Syariah dan apa saja dampak negatif yang ditimbulkan oleh bunga bank.

Dengan menginformasikan hal yang terkait langsung dengan agama-agama non muslim, maka peluang akan bertambah luasnya pasar Bank Syariah akan semakin terbuka lebar. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan PAS Leksana kepada Nasabah Non Muslim di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon Banyumas”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi BPRS Arta Leksana dalam memasarkan produknya kepada nasabah non-muslim?
2. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan nasabah non muslim memilih menabung di BPRS Arta Leksana?

C. Penegasan Istilah

Dalam penegasan istilah akan dijelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam judul Tugas Akhir diatas. Hal ini bertujuan agar tidak ada perbedaan dalam penafsiran serta dapat memberikan arah dan tujuan serta memberikan pemahaman kepada para pembaca mengenai tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini.

1. Strategi Pemasaran

Strategi adalah kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah dari suatu organisasi. Pilihan tersebut berkaitan dengan ruang lingkup produk-produk atau jasa-jasa, pasar-pasar, kemampuan-kemampuan inti, pertumbuhan, laba/untung dan pembagian sumber-sumber organisasi.⁴

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.⁵

Strategi pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan produk sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh calon nasabah.

2. Produk Tabungan PAS Leksana

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks pemasaran produk mencakup produk fisik, jasa, pengalaman, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, ide dan kejadian.⁶

PAS Leksana adalah suatu produk simpanan di BPRS Arta Leksana yang dijalankan dengan akad *wadi'ah*, yang dapat diartikan sebagai titipan murni dari nasabah kepada pihak bank yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si nasabah menghendakinya.

⁴ Benjamin B Tregoe dan John W Zimmerman, *Top Management Strategy* terj. R.A Rivai, (Jakarta: Erlangga,1980), hlm.15.

⁵ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* Edisi Revisi, (Yogyakarta:Liberty Yogyakarta,2002), hlm.6.

⁶ Serian Wijatno, *Pengantar Entrepreneurship*, (Jakarta: PT Grasindo, 2009), hlm.172.

3. Nasabah Non Muslim

Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan.

Non muslim adalah orang yang memeluk agama selain Islam.

D. Tujuan dan Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir

1. Tujuan Penulisan Laporan Tugas Akhir

Penulisan Laporan Tugas Akhir bertujuan untuk lebih memahami dan menambah pengetahuan tentang strategi dalam memasarkan produk tabungan kepada nasabah non muslim. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan khususnya untuk diri sendiri dan untuk para pembaca umumnya.

2. Manfaat Penulisan Laporan Tugas Akhir

- a. Bagi penulis, penelitian ini digunakan untuk syarat memperoleh gelar Ahli Madya.
- b. Bagi BPRS Arta Leksana, laporan ini bisa dijadikan pertimbangan dalam mengembangkan pencarian nasabah non-muslim dan memperluas pasar bank syariah.
- c. Bagi IAIN Purwokerto, agar karya ilmiah dapat digunakan sebagai referensi maupun tambahan informasi bagi mahasiswa IAIN Purwokerto.

- d. Bagi pihak lain sebagai bahan bacaan dan literatur bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Metode Penelitian Tugas Akhir

Metode merupakan suatu cara atau teknik tertentu yang dilakukan dalam rangka mencari penjelasan atau pemahaman terhadap persoalan-persoalan yang terjadi disekitar kehidupannya.⁷

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian mengenai manusia (dapat suatu kelompok, organisasi maupun individu), peristiwa, latar secara mendalam. Tujuan dari penelitian ini mendapatkan gambaran yang mendalam tentang suatu kasus yang sedang diteliti. Pengumpulan datanya diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian terhadap strategi pemasaran produk tabungan PAS Leksana terhadap nasabah non muslim di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon, Banyumas, Jawa Tengah.

2. Jenis Sumber Data

Terdapat beberapa cara dalam melakukan pengumpulan data diantaranya adalah sebagai berikut :

⁷ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, (Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2002), hlm.54.

a. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau data yang dikumpulkan langsung dilapangan. Penulis menggunakan data primer karena data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan dicatat langsung oleh penulis, sumber data primer yang didapatkan penulis yaitu melalui wawancara dengan marketing serta pihak yang terkait dengan BPRS Arta Leksana.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang yang didapat dari catatan, buku, majalah dan lain sebagainya.⁸ Dalam hal ini peneliti memperoleh data dari hasil pengumpulan orang lain. Sumber data sekunder yang didapatkan oleh penulis yaitu melalui brosur, buku, dan catatan yang terdapat di bank.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian Tugas Akhir

Lokasi Penelitian Tugas Akhir Program Diploma III (DIII) Manajemen Perbankan Syariah yaitu bertempat di PT. BPR Syariah Arta Leksana Kantor Cabang Wangon yang beralamat di Ruko No.7 Pasar Wangon, Banyumas.

Waktu Penelitian Tugas Akhir Program Diploma III (D III) Manajemen Perbankan Syariah dimulai pada bulan Februari 2016 sampai dengan bulan Mei 2016.

⁸V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press,2014), hlm.73.

4. Teknik Pengumpulan Data

Penulis akan mengumpulkan data dengan cara :

a. Observasi

Teknik ini adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁹ Dalam penelitian ini peneliti langsung mengamati subjek yang diteliti dengan mendatangi langsung PT. BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon, Banyumas. Hal ini guna mengetahui keadaan yang sebenarnya dilokasi penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yaitu dengan menyatakan langsung bagaimana strategi pemasaran bank pada nasabah non muslim.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak dengan dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penyelidikan.¹⁰ Hal ini memungkinkan penulis dalam memfokuskan hal-hal yang penting untuk ditanyakan serta memungkinkan mengembangkan pertanyaan dan perhatian kepada persoalan yang relevan yang terkait dengan masalah yang baru yang kemungkinan muncul di lapangan.

Teknik ini dilakukan oleh penulis bertujuan untuk menggali data atau informasi yang lebih detail tentang operasional di BPRS Arta Leksana Cabang Wangon Banyumas khususnya mengenai

⁹*Ibid*, hlm.75.

¹⁰Sutrisno Hadi , *Metodologi Research II*, jilid 2, cet 25 (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), hlm. 193.

strategi pemasaran yang dilakukan BPRS Arta Leksana dalam memasarkan produk tabungan PAS Leksana kepada nasabah non muslim. Penulis melakukan wawancara langsung dengan Charis Siswandi selaku Kepala Bagian Marketing Pusat, Saein selaku FO (*Funding Officer*), Imam Mustofa selaku Kepala Cabang, Irma Fitriani selaku *Customer Service*, Lusito selaku Bagian Umum dan kepada nasabah non muslim yang menabung di BPRS Arta Leksana Wangon.

c. Dokumentasi

Teknik ini adalah metode pengumpulan data kualitatif yang sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi, berbentuk surat, catatan harian, arsip foto, hasil rapat, jurnal kegiatan dan sebagainya.¹¹ Teknik ini dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi yang penulis butuhkan untuk penelitian ini melalui buku, brosur, website, dan lain-lain yang berkaitan dengan BPRS Arta Leksana yang khususnya tentang strategi pemasaran kepada nasabah non muslim.

5. Metode Analisa Data

Analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokan, memberi kode atau tanda, dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.¹²

¹¹V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm.33.

¹² *Ibid*, hlm.34.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif yaitu teknik analisa data yang dilakukan dalam rangka mencapai pemahaman terhadap sebuah fokus kajian yang kompleks, dengan cara memisahkan tiap-tiap bagian dari keseluruhan fokus yang dikaji atau memotong tiap-tiap adegan atau proses dari kejadian sosial atau kebudayaan yang sedang diteliti.¹³

Dari proses analisa tersebut, untuk mengevaluasi fakta-fakta dan memberikan penilaian terhadap masalah yang diangkat dalam penelitian ini. Penulis membahas bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Arta Leksana dalam memasarkan produk tabungan PAS Leksana kepada nasabah non muslim.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan ini terdiri dari empat bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I, merupakan Bab Pendahuluan yang menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II, merupakan Bab Landasan Teori yang berisi tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk bank untuk nasabah non muslim.

BAB III, merupakan Bab Analisis dan Pembahasan yang pertama menjelaskan tentang laporan objek, baru berisi gambaran umum BPR Syariah Arta Leksana Wangon dari sejarah BPR Syariah Arta Leksana Wangon, Visi

¹³ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, (Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2002), hlm.134.

dan Misi, struktur organisasi dan produk-produk BPR Syariah Wangon. Pembahasan berisi tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BPR Syariah Arta Leksana Wangon kepada nasabah non muslim dengan produk bank tabungan PAS Leksana.

BAB IV, merupakan Bab Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produk *Funding* di Perbankan Syariah

Produk-produk pendanaan (*funding*) bank syari'ah ditujukan untuk mobilisasi dan investasi tabungan untuk pembangunan perekonomian dengan cara yang adil sehingga keuntungan yang adil dapat dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi Islam. Dalam hal ini, bank syariah melakukannya tidak dengan prinsip bunga (*riba*), melakukan dengan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam, terutama *Wadi'ah* (titipan) dan *mudharabah* (bagi hasil).¹⁴

Menurut Wiroso dalam bukunya yang berjudul *Penghimpunan Dana dan Distribusi Bagi Hasil Usaha Bank Syari'ah*, *wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendaknya. Tujuan dari perjanjian tersebut adalah untuk menjaga keselamatan barang itu dari kehilangan, kemusnahan, kecurian dan sebagainya. Yang dimaksud "barang" disini adalah suatu yang berharga seperti uang, dokumen, surat berharga dan barang lain yang berharga di sisi Islam.¹⁵

¹⁴Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 112.

¹⁵Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2005), hlm.20.

Menurut Muhammad dalam bukunya yang berjudul *Sistem dan Operasional Bank Syariah* juga menjelaskan bahwa ayat-ayat Al-quran yang dapat dijadikan rujukan dasar akad transaksi al-Wadiah, adalah:

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan), kepada yang berhak menerimanya*”.(QS. An-Nisa’ : 58)¹⁶

Dijelaskan juga bahwa *wadi'ah* terdiri dari dua jenis, yaitu *wadiah yad al amanah* dan *wadiah yad al dhamanah*. *Wadiah yad al amanah* dengan karakteristik yaitu merupakan titipan murni dimana barang yang dititipkan tidak boleh digunakan (diambil manfaatnya) oleh penitip, dan sewaktu titipan dikembalikan harus dalam keadaan utuh baik nilai maupun fisik barangnya, serta jika selama dalam penitipan terjadi kerusakan maka pihak yang menerima titipan tidak dibebani tanggung jawab.¹⁷

Kemudian *wadiah yad al dhamanah* dengan karakteristik yaitu merupakan pengembangan dari *wadiah yad al amanah* yang disesuaikan dengan aktifitas perekonomian. Penerima titipan diberi izin untuk menggunakan dan mengambil manfaat dari titipan tersebut. Penyimpan mempunyai kewajiban untuk bertanggung jawab terhadap kehilangan/kerusakan barang tersebut. Semua keuntungan yang diperoleh dari titipan tersebut menjadi hak penerima titipan. Sebagai imbalan kepada

¹⁶ Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press,2008), hlm.7.

¹⁷ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia,2005), hlm.22.

pemilik barang/dana dapat diberikan semacam insentif berupa bonus yang tidak disyaratkan sebelumnya.¹⁸

Menurut Ascarya dalam bukunya yang berjudul *Akad dan Produk Bank Syari'ah*, menjelaskan bahwa tabungan *wadi'ah* adalah produk pendanaan bank syari'ah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik tabungan *wadi'ah* sama dengan tabungan pada bank konvensional ketika nasabah penyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu. Bank juga boleh menggunakan dana nasabah yang terhimpun untuk tujuan mencari keuntungan dalam kegiatan yang berjangka pendek.¹⁹

Selain tabungan *wadi'ah*, Ascarya juga menjelaskan dalam bukunya tentang giro *wadi'ah*, yaitu produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro untuk kemudahan dan keamanan pemakaiannya. Karakteristik giro *wadi'ah* sama dengan giro pada bank konvensional, ketika kepada nasabah penyimpan diberikan garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank. Bank boleh menggunakan dana nasabah dengan tujuan mencari keuntungan tetapi bank biasanya tidak menggunakan dana ini untuk pembiayaan bagi hasil. Bank diperbolehkan untuk memberikan bonus kepada nasabah tetapi besarnya bonus tidak ditetapkan dimuka.²⁰

¹⁸ *Ibid*, hlm.23.

¹⁹ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2011), hlm. 115.

²⁰ *Ibid*, hlm. 113.

Menurut Wiroso dalam bukunya yang berjudul *Penghimpunan Dana dan Distribusi Bagi Hasil Usaha Bank Syari'ah* menjelaskan bahwa penghimpunan dana yang terkait langsung dengan perhitungan distribusi hasil usaha adalah penghimpunan dana yang mempergunakan prinsip atau akad *mudharabah* (*mudharabah mutlaqah*/ investasi tidak terikat) karena bank syari'ah menjalankan prinsip bagi hasil dengan pemilik dana *mudharabah* itu.²¹

Menurut Muhammad dalam bukunya yang berjudul *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah* menjelaskan bahwa *mudharabah* adalah suatu perkongsian antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahib al-mal*) menyediakan dana, dan pihak kedua (*mudharib*) bertanggungjawab atas pengelola usaha. Keuntungan tanggung jawab atas pengelolaan usaha. Keuntungan dibagikan sesuai dengan ratio laba yang telah disepakati bersama. Manakala rugi shahib al-mal akan kehilangan sebagian imbalan dari kerja keras dan ketrampilan manajerial selama proyek berlangsung.²²

IAIN PURWOKERTO

B. Strategi Pemasaran

Menurut Fandy Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Strategi Pemasaran* menjelaskan istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategeia* (*Stratos* = militer ; dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jendral. Konsep ini relevan dengan situasi jaman dulu yang

²¹Wirosa, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta:PT Gramedia Widia Sarana Indonesia, 2005), hlm. 32.

²²Muhammad, *Sistem dan Operasional Bank Syariah* (Yogyakarta:UIN Press, 2008), hlm.13.

sering diwarnai perang, dimana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi.²³

Menurut Ismail Solihin dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Strategik* menjelaskan bahwa strategi pada mulanya didefinisikan sebagai berbagai cara untuk mencapai tujuan. Konsep ini sesuai dengan perkembangan awal penggunaan konsep strategi yang digunakan di dalam dunia militer. Strategi dalam dunia militer adalah berbagai cara yang dilakukan oleh panglima perang untuk mengalahkan musuh dalam suatu peperangan. Sejalan dengan perkembangan konsep manajemen strategi, strategi tidak didefinisikan hanya semata-mata sebagai cara untuk mencapai tujuan karena strategi dalam konsep manajemen strategi mencakup juga penetapan berbagai tujuan itu sendiri (melalui berbagai keputusan yang dibuat oleh manajemen perusahaan) yang diharapkan akan menjamin terpeliharanya keunggulan kompetitif perusahaan²⁴

Menurut Sofjan Assauri dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* dijelaskan bahwa pemasaran dapat diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen.²⁵

Menurut Murti Sumarni dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Bank* menjelaskan bahwa pemasaran adalah kegiatan manusia

²³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2010), hlm.3.

²⁴Ismail Solihin, *Manajemen Strategik*, (Jakarta:Erlangga, 2012), hlm.24.

²⁵Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.4.

yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran.²⁶

Menurut Kasmir dalam bukunya *Pemasaran Bank* menjelaskan bahwa pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.²⁷

Menurut Douglas W. Foster dalam bukunya yang berjudul *Prinsip-Prinsip Pemasaran* menjelaskan pengertian pemasaran adalah fungsi manajemen yang mengorganisasi dan menjuruskan semua kegiatan perusahaan yang meliputi penilaian dan perubahan daya beli konsumen menjadi permintaan yang efektif akan suatu barang atau jasa, serta penyampaian barang atau jasa tersebut kepada konsumen atau pemakai terakhir, sehingga perusahaan dapat mencapai laba atau tujuan lain yang ditetapkannya.²⁸

Menurut Sofjan Assauri dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* menjelaskan strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari

²⁶Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* Edisi Revisi, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,2002), hlm.6.

²⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana,2005), hlm.63.

²⁸Douglas W Foster, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1981), hlm.8.

waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.²⁹

C. Strategi Pemasaran Produk *Funding*

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Hanya saja sebagian pelaku pemasar tidak atau belum mengerti ilmu pemasaran, tetapi sebenarnya mereka telah melakukan usaha-usaha pemasaran.³⁰ Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Kasmir dalam bukunya tersebut juga menjelaskan bahwa pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Produk bank adalah jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.³¹

²⁹Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.168.

³⁰Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.59.

³¹*Ibid*, hlm.64.

Sebelum melakukan strategi pemasaran yang pertama dilakukan adalah segmentasi pasar yaitu membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibedakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membutuhkan produk yang berbeda.³² Langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran yang diinginkan. Menetapkan pasar sasaran artinya mengevaluasi keaktifan setiap segmen, kemudian memilih salah satu dari segmen pasar atau lebih untuk dilayani.³³ Kemudian melakukan penentuan posisi pasar (*market positioning*) bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Menentukan posisi pasar yaitu menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atau suatu pasar. Produk atau jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga dapat menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.³⁴

Program pemasaran sangatlah perlu ditentukan oleh manajemen untuk mendukung strategi pemasaran yang telah ditetapkan. Strategi *marketing mix* merupakan bagian dari strategi pemasaran, dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.³⁵

³² Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm.44.

³³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005), hlm.118.

³⁴ *Ibid*, hlm. 121.

³⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.199.

Variabel-variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) antara lain :

1. Strategi Produk

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.³⁶ Sedangkan menurut Philip Kotler produk merupakan sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memengaruhi keinginan dan kebutuhan.³⁷

Di dalam strategi *marketing mix*, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat memengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya.³⁸

Strategi produk yang dilakukan oleh perbankan dalam mengembangkan suatu produk antara lain penentuan logo dan moto, menciptakan merk, menciptakan kemasan, dan keputusan label.³⁹

Kembangkan nilai tambah produk selain keistimewaan dasarnya, agar dapat dibedakan dengan produk lain dan memiliki citra tersendiri, dengan demikian produk akan mampu bersaing.⁴⁰

³⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007), hlm.186.

³⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana,2005), hlm.136.

³⁸Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2004), hlm.200.

³⁹Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.191.

⁴⁰Rambat Lupiyoadi , *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta, Salemba Empat,2001), hlm.81.

2. Strategi Harga

Strategi harga adalah bagaimana bank menetapkan harga produknya. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.⁴¹

Dalam kegiatan perbankan konvensional sehari-hari, ada tiga macam bunga yang diberikan kepada nasabahnya antara lain bunga simpanan, bunga pinjaman dan biaya-biaya.⁴² Sedangkan dalam bank syariah harga identik dengan bagi hasil.

3. Strategi Lokasi dan Layout

Yang dimaksud dengan lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. 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).⁴³

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisa akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.⁴⁴ Disamping lokasi yang strategis, hal

⁴¹Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.151.

⁴²*Ibid*, hlm.152.

⁴³*Ibid*, hlm.161.

⁴⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 206.

lain 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.⁴⁵

4. Strategi Promosi

Adalah aktifitas komunikasi pemasaran mengenai produk, dan mempersuasi pasar sasaran untuk membelinya. Aktivitas promosi banyak menyangkut bagaimana mengkomunikasikan dan mempersuasi pelanggan. Upaya ini dapat dijalankan dengan berbagai bentuk baik periklanan, promosi penjualan, publisitas maupun penjualan pribadi. Yang terpenting dari kegiatan ini adalah bagaimana bisa berkomunikasi dengan pasar sasaran.⁴⁶

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran*, promosi adalah untuk memperkenalkan produk ke konsumen sehingga konsumen menjadi kenal dan tahu, ataupun bagi yang sudah kenal dapat menjadi lebih menyenangi produk itu, bahkan bagi yang sudah agak lupa diharapkan agar dapat menjadi ingat kembali akan produk tersebut.⁴⁷

D. Penelitian Terdahulu

Dalam skripsi Rajif Nasrulloh yang berjudul *Strategi Pemasaran Tabungan IB Insani di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gunung Slamet*

⁴⁵Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana,2005), hlm.163.

⁴⁶Suharno, *Marketing in Practice* (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2010), hlm.28.

⁴⁷Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta,2000), hlm.111.

Cilacap menjelaskan tentang strategi pemasaran tabungan IB Insani untuk semua nasabah, sedangkan penulis lebih mengkhususkan strategi pemasaran produk tabungan *wadi'ah* untuk nasabah non muslim. Persamaannya terletak pada strategi memasarkan produk *wadi'ah*.⁴⁸

Dalam skripsi Wiwit Endang Saraswati yang berjudul *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudharabah Modal Kerja pada PT BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap* menjelaskan tentang strategi pemasaran untuk produk pembiayaan, sedangkan penulis membahas tentang strategi pemasaran untuk produk penghimpunan dana. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama membahas tentang strategi bank dalam memasarkan produk.⁴⁹

Dalam skripsi Nur Aida Fitriani yang berjudul *Penerapan Akad Wadi'ah dan Mudharabah pada Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga* menjelaskan tentang penerapan akad dalam produk *wadi'ah* sedangkan penulis membahas tentang strategi pemasaran produk *wadi'ah*. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang produk penghimpunan dana berupa tabungan *wadi'ah*.⁵⁰

Dalam skripsi Hestyara Lus Mainar yang berjudul *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Produk Pembiayaan Modal Kerja di BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang* menjelaskan tentang strategi pemasaran

⁴⁸ Rajif Nasrulloh, *Strategi Pemasaran Tabungan IB Insani di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gunung Slamet Cilacap*, IAIN Purwokerto, 2015, hlm.57.

⁴⁹ Wiwit Endang Saraswati, *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudharabah Modal Kerja pada PT BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap*, IAIN Purwokerto, 2015, hlm. 53.

⁵⁰ Nur Aida Fitriani, *Penerapan Akad Wadi'ah dan Mudharabah pada Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga*, IAIN Purwokerto, 2015, hlm. 48.

untuk produk pembiayaan modal kerja sedangkan penulis membahas tentang strategi pemasaran untuk produk penghimpunan tabungan *wadi'ah*. Persamaannya adalah sama-sama membahas tentang strategi bank dalam memasarkan produk perbankan.⁵¹

Dalam skripsi Marlina Ayu Apriyantini yang berjudul *Faktor yang Memengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta* menjelaskan apa saja faktor yang memengaruhi non muslim menjadi nasabah di Bank Syariah sedangkan penulis menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi non muslim menabung di Bank Syariah dan bagaimana strategi yang digunakan di bank tersebut. Lokasi dan waktu penelitian juga berbeda. Persamaanya adalah sama-sama membahas non muslim yang menabung di Bank Syariah.⁵²

IAIN PURWOKERTO

⁵¹ Hestyara Lus Mainar, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Produk Pembiayaan Modal Kerja di BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang*, IAIN Purwokerto, 2015, hlm.46.

⁵² Marlina Ayu Apriyantini, *Faktor yang Memengaruhi Non Muslim menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta*, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014, hlm. 100.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah singkat PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Arta Leksana

Pada bulan November tahun 2001, H.Ahmad Tohari dan H. Iwan Raharja mengakuisisi BMT Tijarah Ummat yang mengalami kesulitan likuiditas karena *miss management*. Pada waktu itu asset BMT Tijarah Ummat berada di posisi kotor sebesar Rp. 174.000.000 dengan kerugian tercatat di pembukuan sebesar Rp70.000.000,-. Dengan menyelamatkan dana-dana masyarakat yang terlanjur masuk, H.Ahmad Tohari dan H. Iwan Raharja berusaha keras memperbaiki kinerja usaha BMT tersebut.

Dengan maksud menghilangkan trauma lama dan membentuk *image* baru, BMT Tijarah Ummat berganti menjadi BMT Al-Amin. Dengan manajemen baru dan pengawasan yang menyeluruh, kinerja BMT Al-Amin terus mengalami kemajuan secara signifikan. Pada November 2002, BMT Al-Amin pindah dari kios C9-10 ke Ruko No 7 Pasar Wangon dengan dibiayai oleh Bank Muamalat Cabang Semarang senilai Rp. 75.000.000,- dan Rp 400.000.000,-.

Perpindahan lokasi kantor dan perbaikan manajemen yang terus menerus membawa efek yang sangat bagus sehingga pada akhir tahun 2003 asset BMT Al-Amin sudah berada pada posisi Rp 1.607.132.105,- ada kenaikan asset sampai dengan 9,23 kali dari asset awal pada saat

akuisisi tahun 2001. Hal ini menunjukkan kemajuan yang luar biasa mengingat sejarah yang kurang begitu berpihak kepada kemajuan BMT-BMT di wilayah eks Karesidenan Banyumas. BMT Al-Amin termasuk bergerak kearah yang makin bagus, karena pada akhir tahun 2004 total asset sudah merangkak pada angka Rp.2.111.042.359,-.

Kemajuan yang sangat menggembirakan ini dibayang-bayangi oleh sedikit kekhawatiran mengingat payung BMT yang kurang mantap dengan pengawasan dibawah kementerian Koperasi dan UKM, maka pada awal tahun 2005 mulai digulirkan wacana pembentukan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah untuk mewadahi aset BMT Al-Amin yang terus membesar. Mulailah tim penggagas BPR Syari'ah ini menghubungi orang-orang yang memiliki visi dan misi yang sama untuk bersama-sama mendirikan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah.

Kemudian pada tahun 2006 terbentuklah BPRS Arta Leksana yang bertempat di Ruko No.7 Pasar Wangon yang awalnya menjadi Kantor Pusat, yang kemudian Kantor Pusat berpindah di Jalan Perintis Kemerdekaan No.30 Karangpucung, Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas.⁵³

BPRS Arta Leksana Wangon yang kini menjadi Kantor Cabang dimana jumlah karyawannya yaitu 1 orang Kepala Cabang yang merangkap menjadi Koordinator *Marketing* dan *Collector*, 1 orang Koordinator Operasional yang merangkap menjadi Administrasi

⁵³Dokumen BPRS Arta Leksana hlm.7.

Pembiayaan dan *Customer Service*. 1 orang *Teller*, 1 orang Bagian Umum, 2 orang *Funding Officer*, dan 2 orang *Landing Officer*.⁵⁴

Data inventaris yang ada di BPRS Arta Leksana Wangon antara lain :

No.	Jenis Inventaris	Jumlah
1.	Komputer	6
2.	Telefon	4
3.	Mesin Hitung Uang	1
4.	Mesin Absensi Karyawan	1
5.	Print	4
6.	AC	3
7.	Meja	8
8.	Kursi	18
9.	Lemari	4
10.	Papan tulis	2
11.	Dispenser	1
12.	Genset	1
13.	Mesin Scan	1
14.	Monitor CCTV	4

Tabel 1. Data Inventaris⁵⁵

Data fasilitas yang ada di BPRS Arta Leksana Wangon antara lain :

No.	Jenis Fasilitas	Jumlah
1.	Ruang Kepala Cabang	1
2.	Ruang CS	1
3.	Ruang Teller	1
4.	Ruang Akad	1
5.	Ruang Admin Pembiayaan	1
6.	Ruang Landing Officer	2
7.	Ruang Brankas	1
8.	Kamar Mandi	1
9.	Mushola	1

Tabel 2. Data Fasilitas⁵⁶

⁵⁴ Wawancara dengan Robby Arief Rahman selaku Kepala Cabang, tanggal 22 Februari 2016, di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon.

⁵⁵ Dokumen BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon hlm.15.

⁵⁶ *Ibid.*

2. Visi dan Misi PT. BPRS Arta Leksana

a. Visi:

BPRS Arta Leksana yaitu membangun ekonomi umat.

b. Misi:

- 1) Menjadi Lembaga Keuangan Mikro Syari'ah yang memiliki kebermanfaatan optimal bagi masyarakat.
- 2) Meningkatkan kualitas hidup masyarakat agar lebih sejahtera dalam bingkai Iman dan Taqwa kepada Allah SWT.

3. Kelembagaan

a. Identitas Kelembagaan

- 1) Nama : PT. BANK PEMBIAYAAN
RAKYAT SYARI'AH ARTA LEKSANA
- 2) Alamat : Komplek Pasar Wangon Ruko
Nomor 7, Wangon Banyumas
- 3) No. Telp : (0281) 6849160, 7621314 No Fax :
(0281) 513275

b. Landasan Hukum

- 1) Akta Perseroan : Akta Notaris No. 12 tanggal 30 Mei
2006 diterbitkan oleh Notaris Nuning Indraeni SH dan SK Menteri
Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor C-
20859 HT.01.01 TH.2006
- 2) Ijin Usaha : SK Gubernur BI No.
8/67/KEP.GBI/2006

- 3) NPWP No. : 02.529.864.7-521.00
- 4) TDP No. : 11.07.1.65.00530 tanggal 13
Desember 2006
- 5) Modal Dasar : Rp. 5.000.000.000,-
- 6) Modal Disetor : Rp. 1.250.000.000,-

4. Struktur Organisasi PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Arta Leksana

a. Rapat Umum Pemegang Saham

Berikut adalah para pemegang saham di BPRS Arta Leksana:

No.	Nama Pemegang Saham
1.	H. Ahmad Tohari
2.	Lina Krisnawati SE, MM.
3.	H. Socheh Narsan
4.	Ahmad Fadli SP
5.	Tingga Pradana
6.	H. Achmad Sudarto,SH
7.	Sudarsono SH
8.	Adi Widoyoko
9.	Heri Purnomo
10.	Gamal Muaddi, SH.
11.	Widia, SE. MM
12.	Tri Setianingrum, SE.
13.	Hadiono, SE
14.	Miko Suryantoro, ST. MT

Tabel 3. Daftar Pemegang Saham⁵⁷

b. Dewan Pengawas Syariah

DPS Ketua : Kyai Chayatul Makky

⁵⁷<https://artaleksana.wordpress.com/profil-kami/>, diakses pada tanggal 10 Mei 2016 pada pukul 10.24.

DPS Anggota : Kyai Mustolih

c. Dewan Komisaris

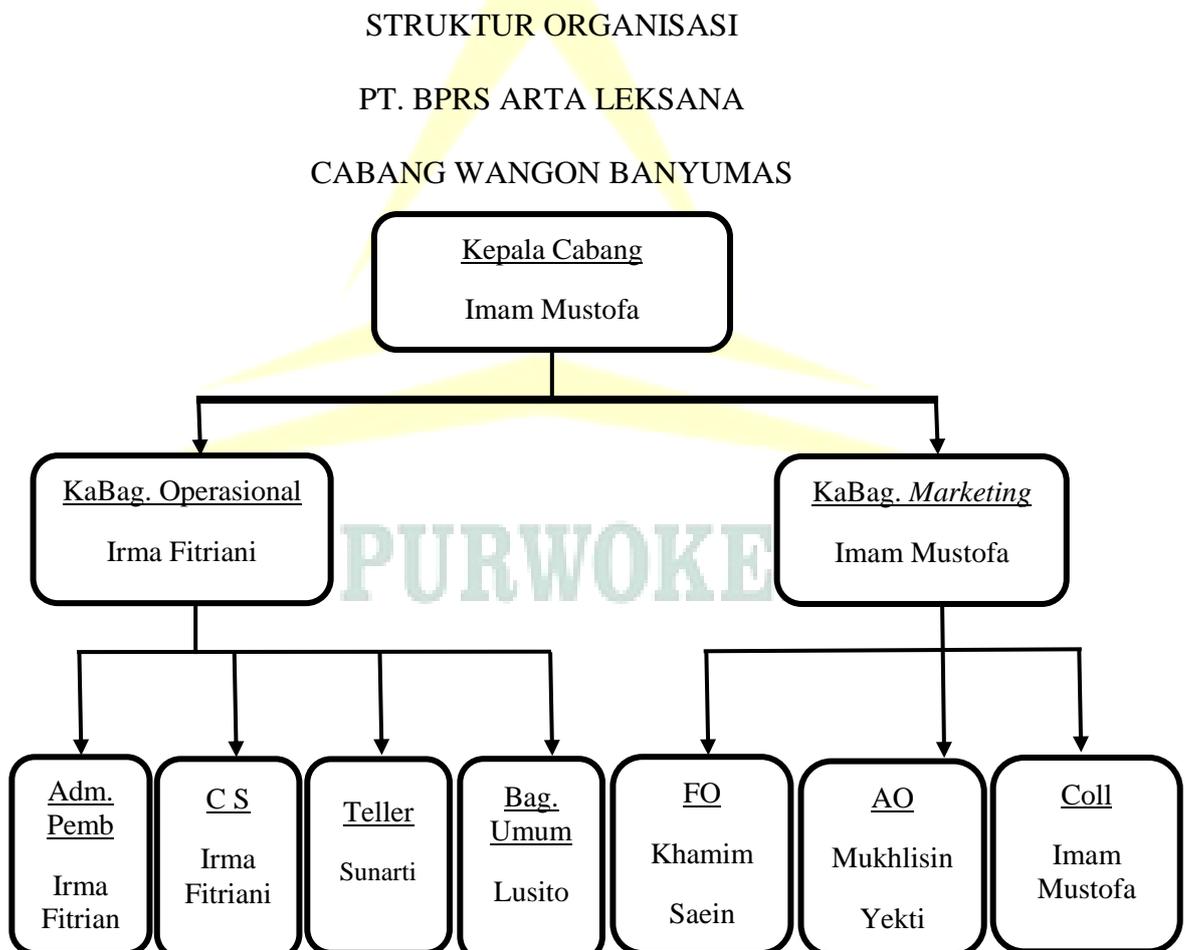
Komisaris Utama: Khelmi Tibyani ST,MT.

Komisaris : Gamal Muaddi, SH

d. Dewan Direksi

Direktur Utama : Hj. Widia, SE. MM

Direktur : Lina Krisnawati, SE. MM



Gambar 1. Struktur Organisasi⁵⁸

⁵⁸Dokumen BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon.

Struktur Organisasi di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon:

- a. Kepala Cabang : Imam Mustofa
- b. Kepala Bagian Operasional : Irma Fitriani
- c. Kepala Bagian Marketing : Imam Mustofa
- d. Adminitrasi Pembiayaan : Irma Fitriani
- e. Customer Service (CS) : Irma Fitriani
- f. Teller : Sunarti
- g. Bagian Umum : Lusito
- h. Funding Officer : Khamim
Saein
- i. Account Officer : Mukhlisin
Yekti
- j. Collector : Imam Mustofa

Berikut akan dijelaskan mengenai ringkasan pekerjaan, tugas dan tanggungjawab dari masing-masing jabatan diatas⁵⁹ :

1) Dewan Pengawas Syari'ah

a) Identitas Jabatan

Dewan pengawas Syari'ah (DPS) adalah badan yang dibentuk oleh Badan Pengurus berdasarkan rekomendasi Majelis Ulama Indonesia setempat. Badan ini melakukan fungsi pengawasan syari'ah dan oleh karena itu badan ini bekerja sesuai dengan cara-cara yang dituntunkan oleh Majelis Ulama

⁵⁹ Dokumen BPRS Arta Leksana, hlm.30-39.

Indonesia, dalam hal ini Dewan Syari'ah Nasional (DSN). DPS terdiri dari para alim-ulama di bidang syari'ah muamalah. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, DPS wajib mengikuti fatwa DSN.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Memberikan nasehat dan saran kepada Direksi serta mengawasi penerapan Prinsip Syari'ah dalam penghimpunan dana, pembiayaan dan kegiatan jasa BPRS lainnya.
- (2) Memberikan penjelasan kepada Komisaris dan Direksi BPRS tentang berbagai fatwa DSN yang relevan dengan bisnis BPRS.
- (3) Menyampaikan laporan hasil pengawasan syari'ah sekurang-kurangnya setiap 6 (enam) bulan kepada Direksi, Komisaris, DSN dan Bank Indonesia.
- (4) Memberikan opini dari aspek syari'ah terhadap pelaksanaan operasional BPRS secara keseluruhan dalam laporan publikasi BPRS.
- (5) Memastikan tata laksana manajemen dan pelayanan sesuai dengan syari'ah.
- (6) Menyetujui atau menolak produk baru yang diusulkan oleh Direksi atas pertimbangan Prinsip Syari'ah.

- (7) Memberikan koreksi dan saran kepada pengurus dalam menjalankan perseroan agar tetap sesuai dengan Prinsip Syari'ah.
- (8) Bertanggungjawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

2) Dewan Komisaris

a) Identitas Jabatan

Dewan Komisaris terdiri dari sekurang-kurangnya 2 orang dimana ada salah satu diantaranya bertindak sebagai Presiden Komisaris atau Komisaris Utama. Dewan Komisaris bertugas mengawasi tugas-tugas Direksi agar tetap mengikuti kebijakan umum yang telah digariskan sebagaimana tercantum dalam Anggaran Dasar Perseroan. Dewan Komisaris diangkat dan diberhentikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Melakukan pengawasan atau pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Direksi, serta memberikan nasihat kepada Direksi.
- (2) Mendorong Direksi untuk memenuhi prinsip kehati-hatian dan prinsip Syari'ah dalam melakukan operasional perseroan.

- (3) Mempertimbangkan, menyempurnakan dan mewakili para pemegang saham dalam memutuskan perumusan kebijakan umum perseroan yang baru yang diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan perseroan di masa yang akan datang.
- (4) Menandatangani surat-surat saham sesuai dengan wewenang yang telah diberikan dalam anggaran dasar perseroan.
- (5) Menyetujui rancangan anggaran perseroan dan rencana usaha untuk tahun buku yang baru diusulkan Direksi.
- (6) Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan Pembiayaan yang diajukan kepada perseroan yang jumlahnya melebihi maksimum yang dapat diputuskan oleh Direksi.
- (7) Memberikan penilaian atas Neraca dan perhitungan Laba Rugi tahunan serta laporan-laporan berkala lainnya yang disampaikan oleh Direksi.
- (8) Bertanggungjawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham.

3) Direksi

a) Identitas Jabatan

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

b) Tugas dan Tanggungjawab Direktur Utama

- (1) Memimpin usaha BPRS sesuai dengan tujuan dan kebijakan umum yang telah ditentukan dalam Anggaran Dasar/Anggaran Rumah Tangga perseroan.
- (2) Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan seluruh tugas keseluruhan manajemen bank.
- (3) Menetapkan kebijakan-kebijakan teknis operasional bank sesuai dengan kebijakan RUPS
- (4) Menyusun dan mengusulkan Rencana Kerja dan Anggaran setiap tahun kepada Dewan Komisaris.
- (5) Membuat neraca dan perhitungan laba rugi tahunan serta laporan-laporan berkala lainnya untuk disampaikan kepada Dewan Komisaris dan Bank Indonesia.
- (6) Menjaga dan mengamankan asset perusahaan yang berada dalam tanggungjawabnya.
- (7) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan Dewan Komisaris yang berhubungan dengan tugas dan wewenangnya.
- (8) Bersama-sama dengan Dewan Komisaris menandatangani surat-surat saham sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam anggaran dasar perseroan.

(9) Memberi persetujuan atas penggunaan formulir-formulir dan dokumen-dokumen lainnya dalam transaksi-transaksi Bank.

c) Tugas dan Tanggungjawab Direktur

(1) Membantu Direktur Utama dalam pelaksanaan manajemen bank secara keseluruhan.

(2) Melaksanakan tugas-tugas teknis manajemen.

(3) Melaksanakan tugas koordinasi dan pengawasan yang berkaitan dengan tugas bagian operasional, marketing, umum dan personalia.

(4) Mengkoordinasikan langsung Kepala Bagian.

(5) Membuat rekomendasi pengangkatan, pemberhentian, mutasi dan demosi karyawan.

(6) Menyetujui pembiayaan yang jumlahnya tidak melampaui batas wewenangnya.

(7) Direksi bertanggungjawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

4) Kepala Cabang

a) Identitas Jabatan

Memimpin, mengawasi dan bertanggungjawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian pendanaan dan pembiayaan, memberikan pengarahan, solusi dan kepercayaan kepada karyawan-karyawan lainnya.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional.
- (2) Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan.
- (3) Memonitor kegiatan operasional perusahaan.
- (4) Memantau prosedur operasional manajemen resiko.
- (5) Observasi atas kinerja karyawan.
- (6) Memberikan solusi terhadap semua masalah.
- (7) Memberi penilaian terhadap kinerja karyawan.
- (8) Bertanggung jawab kepada Direksi.

5) Kepala Bagian Operasional

a) Identitas Jabatan

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja di bagian operasional serta memberikan laporan rutin berkala atas pekerjaannya kepada Direksi.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Memberikan pengarahan dan pembinaan karyawan yang ada di bawahnya (*Teller, Customer Service, dan Administrasi Pembiayaan*)
- (2) Memeriksa semua transaksi dan mutasi keuangan harian dan memeriksa kebenarannya, termasuk menghindari timbulnya selisih.

- (3) Memeriksa dan menandatangani laporan harian kas dan teller setiap hari setelah tutup kas.
- (4) Bertanggungjawab dalam pelaksanaan keluar-masuk kas ke kasanah.
- (5) Bertanggung jawab dalam pembuatan dan penyampaian laporan bulanan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- (6) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi.
- (7) Bertanggung jawab kepada Direksi.

6) Administrasi Pembiayaan

a) Identitas Jabatan

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.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Memeriksa kelengkapan dan aspek yuridis setiap dokumen permohonan pembiayaan.
- (2) Melakukan taksasi (taksiran) jaminan sesuai dengan harga pasar.
- (3) Melakukan pengikatan atau akad pembiayaan dengan calon nasabah.

(4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan kepada bagian Direksi.

(5) Bertanggungjawab kepada Kepala Bagian Pemasaran.

7) *Customer Service* (CS)

a) Identitas Jabatan

Memeriksa pelayanan kepada setiap nasabah/tamu dengan baik. Serta memberikan informasi yang dibutuhkan secara jelas, baik secara langsung ataupun tidak langsung.

b) Tugas dan Tanggungjawab

(1) Memberikan pelayanan dan penjelasan tentang produk dan informasi lainnya yang diperlukan nasabah atau calon nasabah.

(2) Meregistrasi data nasabah, menginput data master nasabah pada program/sistem.

(3) Membuat laporan bulanan sesuai instruksi Kepala Bagian Operasional.

(4) Melakukan tugas-tugas yang diberikan Kepala Bagian/Direksi

(5) Melayani nasabah dengan ramah, cepat dan teliti.

(6) Menjaga penampilan, keserasian dan kebersihan selama jam kantor.

(7) Menerima dan memberikan solusi atas keluhan dari nasabah.

8) Teller

a) Identitas Jabatan

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

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Sebagai pemeriksa seluruh transaksi harian *teller* dan semua tiket serta 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 *main vault*.
- (4) Mencatat/membuat daftar posisi kas setiap akhir hari.
- (5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Operasional.

9) Bagian Umum

a) Identitas Jabatan

Bertanggungjawab penuh atas pengaturan dan pelaksanaan pekerjaan yang berhubungan dengan kepegawaian, pengadaan barang yang berguna untuk kelancaran operasi Bank, pemeliharaan dan keamanan terhadap semua karyawan Bank, serta pemeliharaan terhadap kebersihan dan keindahan di lingkungan kantor.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Menginventarisasi dan membukukan barang-barang milik perusahaan.
- (2) Mengurus dan membukukan hal-hal yang berhubungan dengan perjalanan dinas pegawai.
- (3) Mengurus kegiatan perbaikan, perawatan dan pembersihan kantor/gedung dan barang-barang inventaris milik perusahaan.
- (4) Mengurus dan mengatur pelaksanaan pembayaran pajak, asuransi dan perpanjangan STNK kendaraan bermotor milik perusahaan.

10) Kepala Bagian Marketing

a) Identitas Jabatan

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

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Memberikan pengarahan, pembinaan dan pengawasan terhadap staf yang ada dibawahnya.

- (2) Melaksanakan tugas dan bertanggungjawab terhadap laporan bulanan dan laporan berkala yang disampaikan kepada Direksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- (3) Menjaga dan mengusahakan tercapainya laba yang telah ditargetkan bank.
- (4) Memasarkan produk pembiayaan dan pendanaan bank.
- (5) Memberikan rekomendasi awal terhadap seleksi calon nasabah yang akan diajukan ke komite pembiayaan.
- (6) Ikut serta sebagai panitia pembiayaan dalam menganalisis dan memutuskan usulan.

11) FO (*Funding Officer*)

a) Identitas Jabatan

Yang bertanggung jawab menghimpun dana dari masyarakat berupa tabungan maupun deposito.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Membuat target penghimpunan dana.
- (2) Menjalin hubungan baik dengan pihak / lembaga luar dalam rangka penghimpunan dana.
- (3) Mensosialisasikan produk-produk Bank.
- (4) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan atasan.
- (5) Bertanggung jawab kepada Kepala Bagian Marketing.

12) AO (*Account Officer*)

a) Identitas Jabatan

AO Pembiayaan, bertanggungjawab dalam memasarkan produk sesuai Syariah dan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah sehingga memberikan kontribusi terhadap laba perusahaan dengan memperhatikan kelancaran dan keamanan atas pembiayaan yang telah diberikan.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Memasarkan produk dengan melakukan sosialisasi dan presentasi pada calon nasabah untuk memperoleh target pembiayaan.
- (2) Melaksanakan wawancara, analisis serta survey usaha calon nasabah pembiayaan.
- (3) Membina hubungan baik kepada nasabah, lingkungan masyarakat sekitar, tokoh masyarakat baik formal maupun informal.
- (4) Melaksanakan tugas-tugas yang diberikan Direksi.
- (5) Bertanggungjawab terhadap Direksi.

13) Collector

a) Identitas Jabatan

Membantu marketing pembiayaan untuk melakukan penagihan kepada nasabah yang macet.

b) Tugas dan Tanggungjawab

- (1) Melakukan monitoring penagihan atau penarikan unit atas kontrak yang tertunggak.

- (2) Membuat laporan kunjungan harian.
- (3) Mencapai target individu yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.
- (4) Melindungi dan memelihara asset perusahaan
- (5) Menjalin kerjasama yang baik antar sesama karyawan dan nasabah.

5. Sistem Operasional dan Produk-Produk di BPRS Arta Leksana

a. Sistem Operasional

Pada sistem operasional BPRS Arta Leksana, pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapat keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada nasabah yang membutuhkan (misalnya untuk modal usaha), dengan perjanjian pembagian keuntungan sesuai kesepakatan. System operasional tersebut meliputi :

1) Sistem Penghimpunan Dana

Dilihat dari sumbernya dana bank syaria'ah terdiri atas⁶⁰ :

a) Modal

Modal adalah dana yang diserahkan oleh para pemilik.

Dana modal dapat digunakan untuk pembelian gedung,tanah, perlengkapan, dan sebagainya yang secara tidak langsung menghasilkan (*fixed asset / non earning asset*). Selain itu,

⁶⁰ Dokumen BPRS Arta Leksana, hlm.45.

modal juga dapat digunakan untuk hal-hal yang produktif yaitu pembiayaan. Pembiayaan yang berasal dari modal, hasilnya tentu saja bagi pemilik modal tidak dibagikan kepada pemilik dana lainnya.

b) Titipan (*Wadi'ah*)

Salah satu prinsip yang digunakan di BPRS Arta Leksana dalam memobilisasi dana adalah dengan menggunakan prinsip titipan. Akad yang sesuai dengan prinsip ini adalah *Al-wadi'ah*.

Dalam prinsip ini, bank menerima titipan dari nasabah dan bertanggung jawab penuh atas titipan tersebut. Nasabah sebagai penitip berhak untuk mengambil setiap saat, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c) Investasi atau *Mudharabah*

Akad yang sesuai dengan prinsip investasi adalah *mudharabah* yang mempunyai tujuan kerja sama antara pemilik dana (*shohibul maal*) dengan pengelola dana (*mudharib*), dalam hal ini adalah bank. Pemilik dana sebagai deposan di BPRS Arta Leksana berperan sebagai investor murni yang menanggung aspek *sharing risk* dan *return* dari bank. Deposan dengan demikian bukanlah kreditor bagi bank seperti halnya bank konvensional.

2) Sistem Penyaluran Dana (*Financing*)

Produk penyaluran dana di BPRS Arta Leksana dapat dikembangkan dengan tiga model, yaitu⁶¹ :

- a) Transaksi Pembiayaan yang ditujukan untuk kepemilikan barang dilakukan dengan prinsip jual beli. Prinsip jual beli dikembangkan dalam bentuk pembiayaan *murabahah*, *salam*, *istishna*. Namun, di BPRS Arta Leksana hanya menerapkan pembiayaan *murabahah* saja karena ruang lingkupnya yang belum terlalu luas.
- b) Transaksi *Ijarah* dilandasi adanya pemindahan manfaat. Pada dasarnya prinsip *ijarah* sama dengan prinsip jual beli, namun perbedaannya terletak pada obyek transaksinya. Bila pada jual beli objek transaksinya adalah barang, maka pada *ijarah* objek transaksinya adalah jasa. Namun, di BPRS Arta Leksana masih sangat jarang nasabah yang menggunakan akad *ijarah* untuk pembiayaan
- c) Transaksi Pembiayaan yang ditujukan untuk usaha kerja sama guna mendapatkan sekaligus barang dan jasa, dengan prinsip bagi hasil. Prinsip bagi hasil untuk pembiayaan di BPRS Arta Leksana dioperasikan dengan akad *musyarakah* dan *mudharabah*. Namun pembiayaan yang paling banyak digunakan dengan akad *musyarakah*.

⁶¹ Dokumen BPRS Arta Leksana, hlm.47.

b. Produk-Produk di BPRS Arta Leksana

Produk yang ada di BPRS Arta Leksana antara lain⁶²:

1) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

BPRS Arta Leksana memberikan layanan transaksi perbankan sesuai dengan syari'ah dalam bentuk tabungan dan deposito dengan menerapkan prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*. Produk BPRS Arta Leksana yang menerapkan prinsip *wadi'ah* antara lain⁶³ :

a) TabunganKu Leksana

TabunganKu Leksana adalah tabungan dengan mata uang rupiah yang setoran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas di *counter teller* buka. Produk ini menggunakan akad *wadi'ah yad-dhamanah* dimana barang titipan selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan (Bank).

Namun atas kebijakannya, Bank dapat memberikan imbalan yang sering disebut bonus kepada penitip. Produk ini lebih dikhususkan untuk simpanan pembayaran sekolah baik disimpan oleh orang tua maupun anaknya. Dengan membuka

⁶² Dokumen BPRS Arta Leksana tahun 2015.

⁶³ Dokumen BPRS Arta Leksana tahun 2015.

tabunganKu Leksana nasabah akan mendapatkan souvenir seperti pulpen, gantungan kunci, mug, payung.

b) Tabungan PAS Leksana

Produk Tabungan PAS Leksana yaitu tabungan dengan mata uang rupiah yang menggunakan akad wadi'ah yad-dhamanah yang bisa diambil sewaktu-waktu dimana barang titipan selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan (bank).

Namun atas kebijakannya, bank dapat memberikan imbalan yang sering disebut bonus kepada penitip. Dengan membuka rekening tabungan PAS Leksana akan mendapat souvenir berupa mug, payung, celemek PAS Leksana, Banner, kaos, dompet.

Sedangkan untuk produk tabungan dengan prinsip *Mudharabah* antara lain sebagai berikut⁶⁴ :

a) TAS Leksana (Tabungan Anak Sekolah)

TAS Leksana merupakan produk tabungan Arta Leksana yang menggunakan prinsip *mudharabah* atau tabungan berjangka dimana tabungan tersebut tidak bisa diambil sewaktu-waktu. Biasanya para nasabah melakukan penarikan

⁶⁴ Dokumen BPRS Arta Leksana tahun 2015.

pada saat pembayaran sekolah (semesteran). Dengan membuka rekening TAS Leksana akan mendapat souvenir berupa tas sekolah dan atribut sekolah lainnya.

b) Tabungan Tahapan Leksana (TATA LEKSANA)

Merupakan tabungan dengan prinsip *mudharabah* untuk perencanaan keuangan di masa yang akan datang. Dengan membuka rekening tabungan Tahapan Leksana akan mendapatkan souvenir berupa sajadah, handphone, setrika, dispenser, *happy call*, emas.

c) Tabungan SAMARA Leksana

Merupakan tabungan dengan prinsip *mudharabah* yang berguna untuk perencanaan keuangan menjelang pernikahan. Dengan membuka rekening tabungan SAMARA Leksana dengan saldo mengendap Rp 2.000.000,- selama 6 bulan maka akan mendapatkan souvenir berupa paket mas kawin (Al-Qur'an dan alat sholat) serta alat-alat rumah tangga.

d) Tabungan Umroh Leksana

Merupakan tabungan dengan prinsip *mudharabah* untuk perencanaan persiapan umroh. Souvenir yang di dapatkan dengan membuka tabungan ini adalah perlengkapan ibadah umroh.

e) Tabungan Qurban Leksana

Merupakan tabungan dengan prinsip *mudharabah* untuk merencanakan qurban pada Idul Adha. Souvenir yang didapat dalam membuka rekening tabungan qurban antara lain kantong plastik *branding* masjid / kelompok qurban.

f) Tabungan Badha' Leksana (TaBaNa)

Merupakan tabungan dengan prinsip *mudharabah*. Untuk mempersiapkan kebutuhan di hari raya. Souvenir yang di dapat adalah parcel lebaran dan pembungkus parcel *branding*.

Untuk produk penghimpunan dana di Arta Leksana yang lainnya adalah Deposito Syari'ah Leksana, yang merupakan deposito berjangka Arta Leksana yang bisa diambil dengan jangka waktu yang telah disepakati di awal. Dengan setoran minimal Rp.1.000.000 dan kelipatannya.

IAIN PURWOKERTO

2) Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

PT. BPRS Arta Leksana memberikan fasilitas berupa pembiayaan bagi para pedagang, pegawai, pengusaha dan pegawai negeri sipil yang dapat digunakan untuk modal kerja, investasi, pembelian barang yang bersifat konsumtif, jasa sewa barang dan pembiayaan talangan.

Syarat-syarat untuk melakukan pengajuan pembiayaan antara lain⁶⁵ :

- a) Mengisi formulir aplikasi permohonan pembiayaan
- b) Fotocopy KTP suami istri yang masih berlaku
- c) Fotocopy Kartu Keluarga
- d) Fotocopy Buku Nikah
- e) Fotocopy agunan yang akan dijaminkan (BPKB/Sertifikat)
- f) Bersedia di survey jaminan dan tempat usaha

Berikut jenis produk-produk pembiayaan yang ada di BPRS Arta Leksana⁶⁶ :

- a) Pembiayaan Konsumtif

Merupakan alternatif pendanaan menggunakan akad *murabahah* (jual beli) yang memberikan keuntungan kepada nasabah untuk membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan barang dengan cara mengangsur yang jumlah angsuran tidak akan berubah selama masa perjanjian. Untuk jangka waktu pembiayaan konsumtif maksimal 3 tahun.

Pelunasan yang dilakukan sebelum jatuh tempo tidak akan dikenakan *finalty* (denda).

- b) Pembiayaan Modal Kerja atau Investasi

Pembiayaan modal kerja adalah penyediaan dana bank untuk modal usaha bersama berdasarkan kesepakatan antara

⁶⁵ Wawancara dengan Irma Fitriani (*Customer Service*) di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon pada tanggal 18 Maret 2016 pada pukul 14.04 WIB.

⁶⁶ Dokumen BPRS Arta Leksana tahun 2013

bank dan nasabah dengan jangka waktu dan pembagian keuntungan berdasarkan kesepakatan. Kegunaan dari pembiayaan ini yaitu untuk modal kerja proyek dan modal kerja lainnya yang jangka waktu pembiayaan maksimal 3 tahun. Dan pelunasan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan *finalty* (denda).

Pembiayaan modal kerja bisa menggunakan akad *mudharabah* maupun *musyarakah*. *Mudharabah* adalah pembiayaan dimana bank memberikan modal kerja secara penuh kepada nasabah sedangkan pembiayaan *musyarakah* merupakan pembiayaan dimana bank dan nasabah memberikan porsi dananya masing-masing untuk usaha yang akan dijalankan.

c) Pembiayaan Multi Jasa

Merupakan pembiayaan dengan akad *ijarah* dengan melakukan perjanjian sewa menyewa atas manfaat suatu barang dan atau jasa antara penyewa dengan pemilik objek sewa untuk mendapatkan imbalan berupa sewa atau *ujrah* bagi pemilik objek sewa.

d) Pembiayaan Talangan

Merupakan pembiayaan untuk pinjaman dana tanpa imbalan dimana nasabah hanya mengembalikan sebesar uang yang dipinjamnya. Pinjaman ini diperuntukan kepada nasabah

yang mempunyai keperluan mendesak. Nasabah diperbolehkan memberikan jasa tanpa diperjanjikan di awal akad. Nasabah dapat memenuhi kebutuhan dengan metode yang dibenarkan secara syari'ah.

6. Prosedur pembukaan dan penutupan rekening tabungan di BPRS Arta Laksana Kantor Cabang Wangon

a. Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan⁶⁷

Dalam pembukaan rekening tabungan baru calon nasabah diwajibkan untuk menyerahkan fotocopy KTP/SIM/ Kartu Pelajar kepada bank sebagai syarat pembukaan rekening.

Berikut prosedur-prosedur dalam pembukaan rekening:

- 1) Nasabah datang ke bank untuk membuka tabungan
- 2) CS menjelaskan tentang produk Funding dan memberikan solusi produk yang sesuai dengan kebutuhan calon nasabah.
- 3) CS meminta identitas diri calon nasabah berupa KTP/SIM/Paspor yang masih berlaku.
- 4) Nasabah mengisi formulir permohonan pembukaan rekening dengan lengkap dan benar, dan mengkonfirmasi kembali kepada calon nasabah tentang kebenaran atas pengisian yang sudah dilakukan.
- 5) CS menginput data ke sistem untuk membuat CIF bagi setiap nasabah yang melakukan pembukaan rekening.

⁶⁷ Wawancara dengan Lusito (Bagian Umum) di BPRS Arta Laksana pada tanggal 18 Maret 2016 pukul 10.35 WIB

- 6) Buku tabungan yang akan diserahkan kepada nasabah harusurut sesuai nomor seri buku tabungan dan dicatat dalam daftar buku tabungan yang sudah diserahkan.
 - 7) Menyerahkan buku tabungan kepada nasabah dengan disertai nasabah menandatangani tanda terima atas buku tabungan yang telah diterima pada daftar buku tabungan yang sudah diserahkan dan di bagian specimen tanda tangan pada buku tabungan.
 - 8) Nasabah melakukan setoran awal ke konter *Teller* dan di print ke dalam buku tabungan.
- b. Penutupan Rekening Tabungan⁶⁸

Prosedur penutupan rekening tabungan yaitu:

- 1) CS memastikan aplikasi permohonan penutupan rekening diisi lengkap dan diisi sendiri oleh nasabah. konfirmasikan kembali atas isian yang sudah dilakukan.
- 2) CS meminta buku tabungan atas rekening yang akan ditutup.
- 3) CS memastikan isi aplikasi penutupan rekening sudah sesuai dengan data nasabah (nama nasabah, alamat, ID, no rekening, dan saldo akhir rekening).
- 4) CS menggunting buku tabungan pada lembar kolom tanda tangan.
- 5) CS memastikan nasabah sudah menandatangani aplikasi sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kebenaran isi aplikasi.

⁶⁸ Wawancara dengan Lusito (Bagian Umum) di BPRS Arta Leksana pada tanggal 18 Maret 2016 pukul 11.00 WIB.

- 6) CS menandatangani aplikasi penutupan rekening sebagai bentuk pertanggungjawaban sebagai petugas pemroses transaksi.
- 7) CS melakukan proses penutupan secara sempurna pada sistem. Dan memastikan sistem sudah pada status rekening nasabah “tutup”.
- 8) File aplikasi penutupan dengan menggunakan ordner secara urut (nama/no rekening) guna mempermudah pencairan. Adapun isi file berupa berupa aplikasi pembukaan, aplikasi penutupan buku tabungan.

B. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan PAS Leksana kepada Nasabah Non Muslim

BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon yang terletak di Ruko No.7 Pasar Wangon, Banyumas ini terletak di dalam pasar. Letaknya yang cukup strategis berada di pinggir jalan, mudah dijangkau, dan dekat dengan pasar. Selain letaknya yang strategis, di BPRS Arta Leksana Wangon juga di desain sedemikian rupa agar nasabah merasa nyaman ketika berada di Bank. Untuk menambah kenyamanan nasabah, AC ruangan dihidupkan, ada juga air mineral yang disuguhkan untuk nasabah dan juga majalah untuk mengurangi kejenuhan nasabah dalam mengantri. Begitu juga *Teller* dan pegawai-pegawai lainnya yang menyambut

nasabah dengan sapaan dan senyuman, pelayanan yang ramah dan baik tentunya menambah ketertarikan tersendiri bagi nasabah.

BPRS Arta Leksana Wangon merupakan Bank yang pengelolaannya berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah Islam. Meskipun dalam pengelolaannya menggunakan prinsip syari'ah tidak menutup kemungkinan bagi nasabah non muslim yang akan menabung atau mengajukan pembiayaan di BPRS Arta Leksana tersebut. Pada tahun 2014 di BPRS Arta Leksana Wangon sendiri hanya ada 2 orang nasabah non muslim. Memang cukup sulit untuk meyakinkan orang non muslim untuk menabung atau mengajukan pembiayaan di Bank Islam, tetapi BPRS Arta Leksana tetap berusaha hingga pada Tahun 2015 ada sekitar 7 orang yang menabung di BPRS Arta Leksana.⁶⁹

Dalam memasarkan produknya, BPRS Arta Leksana menerapkan strategi pemasaran yang sama kepada semua umat baik itu muslim maupun non muslim. Dan sebelum melakukan strategi pemasaran, BPRS Arta Leksana melakukan proses pengelompokan pasar terlebih dahulu. Dalam melakukan pengelempokan pasar BPRS Arta Leksana membagi kelompok pasar menjadi dua yaitu segmentasi berdasarkan Demografik dan Psikografik. Dimana dalam segmentasi Demografik salah satunya membagi pasar berdasarkan agama. Rata-rata nasabah non muslim yang menabung di BPRS Arta Leksana belum mengetahui betul tentang haramnya Riba. Sebagian dari nasabah non muslim masih menganggap

⁶⁹ Wawancara dengan Irma Fitriani (*Customer Service*), pada tanggal 14 Maret 2016 di BPRS Arta Leksana Wangon

riba itu halal. Mereka menabung di BPRS Arta Leksana antara lain karena pelayanan yang prima, bebas biaya admin setiap bulannya, lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman. Berbeda dengan umat muslim yang mengetahui haramnya riba, mereka memilih menabung di BPRS Arta Leksana karena mempertimbangkan halal haram dan khawatir akan adanya riba.⁷⁰ Dan dalam hal ini, perlu adanya promosi yang optimal dengan cara memberikan informasi tentang keuntungan yang diberikan bank syariah dan dampak negatif bila terjerat riba.

Dan segmentasi berdasarkan pada psikografik salah satunya adalah kelas sosial. Kelas sosial ada kelas sosial atas, kelas sosial menengah dan kelas sosial bawah.

Kemudian BPRS Arta Leksana membidik pasar sasaran dimana pasar yang dibidik adalah masyarakat kelas menengah dan masyarakat kelas bawah. Diantaranya para pedagang keliling maupun pedagang di kios-kios pasar.

Selanjutnya strategi penempatan produk di benak nasabah, BPRS Arta Leksana dalam memasarkan produk tabungan *wadi'ah* yaitu PAS Leksana, menjelaskan bahwa PAS Leksana yang berarti pada saat membutuhkan yang bisa diambil, pada saat di perlukan ada dan pada saat akan digunakan juga ada atau dalam bahasa jawa:

⁷⁰ Wawancara dengan Charis Siswandi (Kepala Bagian Marketing), pada tanggal 28 Mei 2016

“PAS lagi butuh ana, PAS lagi ana perlu ana, PAS lagi arep dienggo ana”⁷¹

Strategi pemasaran yang diterapkan di BPRS Arta Leksana sendiri meliputi produk yang bervariasi, melakukan pelayanan prima, bagi hasil yang diberikan setiap bulannya dan tanpa potongan biaya administrasi setiap bulannya, menyediakan tempat yang nyaman untuk nasabah dan melakukan promosi.

Produk-produk yang ditawarkan di BPRS Arta Leksana memang cukup banyak dan bervariasi, ada beberapa produk tabungan yang berbeda salah satunya produk tabungan SAMARA Leksana yaitu produk tabungan menggunakan akad *mudharabah* yang digunakan khusus untuk mempersiapkan pernikahan. Tetapi, dari sekian banyak produk yang ditawarkan kepada nasabah, produk tabungan PAS Leksana adalah produk yang paling banyak diminati. BPRS Arta Leksana memberikan nama produk yang singkat dan mudah diingat. Produk tabungan PAS Leksana menggunakan akad *wadiah*, dimana nasabah yang menabung bisa mengambil uang sewaktu mereka membutuhkan.⁷²

Seorang marketing di BPRS Arta Leksana dalam menjual produk-produk perbankan tidak hanya menawarkan kepada calon nasabah tetapi seorang marketing yang menganggap nasabahnya sebagai mitra, melakukan silaturahmi dan mendengarkan apa sebenarnya yang

⁷¹ Wawancara dengan Imam Mustofa (Kepala Cabang) tanggal 3 Maret 2016 di BPRS Arta Leksana Wangon

⁷² Wawancara dengan Irma Fitriani (*Customer Service*) pada tanggal 1 April 2016 di BPRS Arta Leksanan Kantor Cabang Wangon

dibutuhkan oleh para calon nasabah dengan begitu seorang marketing bisa memberikan solusi dengan produk bank yang ada. Jadi seorang marketing tidak hanya semata-mata menjual produk ke pada calon nasabah. Mungkin calon nasabah tidak langsung tertarik dengan produk yang ditawarkan tetapi seorang marketing tidak menyerah dan tetap menjalin silaturahmi kepada mereka yang belum menjadi nasabah. Sama halnya yang dilakukan kepada nasabah non muslim, marketing memberikan solusi atas apa yang mereka butuhkan.⁷³

Nasabah non muslim cenderung lebih tertarik dengan biaya yang rendah dan keuntungan yang besar. Sebagian nasabah non muslim tidak memperlakukan halal haramnya akan Riba. Jadi marketing BPRS Arta Leksana dalam menawarkan produk cenderung lebih menonjolkan kepada strategi harga. Meskipun begitu, marketing BPRS Arta Leksana juga menjelaskan tentang haramnya Riba. Di BPRS Arta Leksana sendiri dalam produk tabungan PAS Leksana yang termasuk produk dari *wadiah*, mereka memberikan bonus setiap bulannya dan tanpa dipotong biaya administrasi setiap bulan.⁷⁴

BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon terletak di dalam pasar, dan dekat dengan pintu masuk pasar, lokasi yang strategis itu mempermudah nasabah. Selain lokasi, tempat yang nyaman dan aman juga diciptakan oleh BPRS Arta Leksana, penataan tempat duduk untuk

⁷³ Wawancara dengan Saein (*Funding Officer*), tanggal 26 Februari 2016 di BPRS Arta Leksana Wangon

⁷⁴ Wawancara dengan Irma Fitriani (*Customer Service*), pada tanggal 14 Maret 2016 di BPRS Arta Leksana Wangon

nasabah, dan untuk mengurangi kebosanan dalam mengantri biasanya BPRS Arta Leksana memutar musik-musik Islami. Di tempat parkir juga ada CCTV untuk keamanan parkir nasabah dan petugas bank.

BPRS Arta Leksana juga melakukan promosi diantaranya melalui periklanan. Promosi melalui periklanan dilakukan dengan berbagai cara antara lain pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan-jalan yang lokasinya strategis agar dapat dengan mudah dilihat oleh banyak orang; percetakan brosur yang kemudian disebarakan oleh marketing ke semua lini masyarakat; pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis dan mudah dilihat orang; melalui majalah; melalui koran; melalui bulletin.

Kemudian melalui promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah agar menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh bank yaitu dengan pemberian cendera mata atau hadiah berupa payung, mug, kaos, banner dan dompet yang diberikan kepada setiap nasabah yang melakukan pembukaan rekening dengan saldo tertentu.⁷⁵

Kemudian strategi yang dilakukan oleh pihak marketing BPRS Arta Leksana dalam menampung dana pihak ketiga adalah jemput bola. Jemput bola adalah strategi yang digunakan oleh BPRS Arta Leksana untuk memudahkan nasabah baik nasabah pembiayaan atau nasabah tabungan dalam melakukan transaksi dengan bank. Strategi ini sangat efektif bagi BPRS Arta Leksana Wangon, karena marketing bisa langsung menjemput atau mengantar uang kepada nasabah, jadi nasabah tidak harus

⁷⁵Wawancara dengan Charis Siswandi (Kepala Bagian *Marketing*), tanggal 9 Maret 2016 di BPRS Arta Leksana Wangon

datang ke bank untuk menabung atau melakukan setoran pembiayaan. Ini salah satu yang menjadi daya tarik nasabah non muslim menabung di BPRS Arta Leksana Wangon.

2. Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan PAS Leksana kepada Nasabah Non Muslim

Kegiatan bagian marketing pada umumnya sama dengan yang dilakukan oleh perusahaan pada umumnya yaitu melaksanakan proses pemasaran diantaranya dengan melakukan identifikasi atau mengelompokkan pasar yaitu calon nasabah yang membutuhkan, termasuk nasabah non muslim yang merupakan segmen pasar yang tidak memperhatikan halal haramnya tetapi hanya mementingkan keuntungan besar.⁷⁶ Setelah itu pihak marketing akan terus berusaha untuk mengembangkan produk dan melakukan strategi membidik pasar sasaran serta menempatkan produk yang ditawarkan di benak nasabah dan calon nasabahnya.

Sama dengan pendapat Fajar Leksana dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* yang dilakukan oleh perusahaan dalam strategi pemasaran yaitu melalui tiga langkah utama yaitu Segmentasi, *Targeting* dan *Positioning*.⁷⁷

Dan sama juga dengan pendapat Kasmir dalam bukunya yang berjudul *Pemasaran Bank* dalam pembagian segmen pasar antara lain

⁷⁶ Wawancara dengan nasabah non muslim, pada tanggal 17 Maret 2016, di Kios Pasar Wangon

⁷⁷ Fajar Leksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008) hlm.33

segmentasi berdasarkan segmentasi Demografik dan Psikografik. Segmentasi berdasarkan Demografik maksudnya membagi pasar berdasarkan kriteria; umur, jenis kelamin, agama, pendapatan, pekerjaan, pendidikan. Dan segmentasi berdasarkan Psikografik membagi pasar berdasarkan kriteria; kelas sosial dan gaya hidup.⁷⁸

Nasabah non muslim yang kebanyakan beragama Kristen yang menabung di BPRS Arta Leksana karena mempertimbangkan harga, pelayanan dan kenyamanan, mereka tidak terlalu mempermasalahkan halal haramnya riba.

Di dalam Alkitab umat Kristiani memang tidak dijelaskan secara tersurat tentang Riba, tetapi sebagian dari umat Kristiani menganggap bahwa ayat berikut mengecam praktik pengambilan bunga, berikut ayatnya:

“Dan jikalau kamu meminjamkan sesuatu kepada orang karena kamu berharap menerima sesuatu darinya, apakah jasmu? Orang-orang berdosapun meminjamkan kepada orang berdosa supaya mereka menerima kembali sama banyak. Tetapi kamu, kasihilah musuhmu dan berbuat baiklah kepada mereka dan pinjamkan dengan tidak mengharapkan balasan, maka upahmu akan besar dan kamu akan menjadi anak-anak Tuhan Yang Maha Tinggi sebab Ia baik terhadap orang-orang yang tidak tahu berterima kasih dan terhadap orang-orang yang jahat.” (Lukas 6:34-35)

Berbeda dengan Al-Qur'an yang dengan jelas menerangkan tentang larangan riba:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa-sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman” (Q.S Al-Baqarah: 278)

⁷⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005) hlm. 116

Strategi produk yang dilakukan oleh BPRS Arta Leksana tidak hanya menjual produk agar produk tersebut terjual di pasar, tetapi marketing BPRS Arta Leksana harus bisa memberikan solusi atas apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh para calon nasabah dan nasabahnya. Marketing *funding* biasanya mendatangi beberapa calon nasabah untuk silaturahmi dengan mendengarkan apa yang sebenarnya dibutuhkan calon nasabah tersebut. Kemudian marketing *funding* memberikan solusi atas kebutuhan calon nasabah tersebut dengan menawarkan produk-produk yang ada di Arta Leksana.

Senada dengan pendapat Suharno dalam bukunya yang berjudul *Marketing in Practice* yang menjelaskan produk adalah kombinasi barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran. Produk tidak saja barang atau jasa namun entitas lain seperti ide, organisasi, orang, tempat juga merupakan produk. Masing-masing jenis produk memiliki cara yang berbeda dalam pemasarannya. Pasar sasaran memandang produk baik adalah dari bagaimana produk memberikan solusi bagi kebutuhan dan keinginan konsumen.⁷⁹

Strategi promosi yang dilakukan di BPRS Arta Leksana untuk mencapai target diantaranya melalui media cetak seperti memberikan brosur-brosur di acara tertentu, memasang banner, menerbitkan buletin, ataupun media elektronik dan internet, selain itu marketing BPRS Arta Leksana juga melakukan silaturahmi dan kunjungan kepada nasabah

⁷⁹ Suharno, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) hlm.27

dengan menerapkan sistem jemput bola dengan secara langsung mendatangi nasabah untuk melakukan pelayanan antar dan jemput tabungan. Tidak hanya menunggu nasabah datang ke bank untuk menggunakan produk dan jasa bank.

Sesuai dengan pendapat Suharno dalam bukunya yang berjudul *Marketing in Practice* bahwa promosi merupakan aktivitas komunikasi pemasaran mengenai produk, dan mempersuasi pasar sasaran untuk membelinya. Aktifitas promosi banyak menyangkut bagaimana mengkomunikasikan dan mempersuasi pelanggan. Upaya ini dapat dijalankan dengan berbagai bentuk baik periklanan, promosi penjualan dan publisitas.⁸⁰

Muchdarsyah Sinungan dalam bukunya yang berjudul *Strategi Manajemen Bank Menghadapi Tahun 2000* menjelaskan bahwa selain iklan, kunjungan adalah salah satu bentuk promosi yang efektif. Percakapan dengan nasabah dan calon nasabah sesungguhnya akan langsung berfokus pada tujuan spesifik sehingga bisa jauh lebih efektif untuk mencapai sasaran tertentu. Kunjungan sosial dapat membangun *goodwill* tertentu jika dilakukan di waktu yang tepat.⁸¹

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nasabah Non Muslim Menabung di BPRS Arta Leksana

Memang di BPRS Arta Leksana Wangon sendiri tidak banyak nasabah non muslim yang menabung, tetapi dari tahun 2014 ada kenaikan

⁸⁰ Ibid, hlm 28

⁸¹ Muchdarsyah Sinungan, *Strategi Manajemen Bank Menghadapi Tahun 2000*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1994) hlm.289

yang cukup besar mengingat di daerah pasar Wangon memang ada beberapa BMT dan bank lain. Ada alasan tersendiri nasabah non muslim lebih memilih menabung di BPRS Arta Leksana Wangon. Berikut beberapa faktor yang memengaruhi nasabah non muslim memilih menabung di BPRS Arta Leksana:

a. Pelayanan Prima

Pelayanan yang prima menjadi kunci utama dalam menarik masyarakat agar menjadi nasabah BPRS Arta Leksana baik dalam pendanaan maupun pembiayaan. Kenyamanan dan kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank membuat nasabah akan semakin percaya dan setia kepada bank pilihannya, bahkan kenyamanan dan kepuasan nasabah bisa menarik nasabah baru untuk menjadi nasabah BPRS Arta Leksana.

Pelayanan yang ramah, cepat dan tanggap menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah non muslim untuk memilih menabung di perbankan. Walaupun biaya rendah tapi pelayanan kurang memuaskan, nasabahnya akan lari.⁸²

b. Harga yang Menarik

Meskipun nasabah non muslim belum memahami betul apa perbedaan antara bunga dan bagi hasil tetapi nasabah non muslim merasa lebih diuntungkan dalam menabung di Bank Syari'ah terutama menabung di BPRS Arta Leksana yang setiap bulannya tidak ada

⁸²Wawancara dengan nasabah non muslim, di Kios Pasar Wangon tanggal 17 Maret 2016 pukul 13.05

potongan untuk biaya administrasi, dan juga menerima bonus setiap bulannya, hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah non muslim untuk menabung di BPRS Arta Leksana.⁸³

c. Strategi Lokasi yang Strategis dan Tempat yang Nyaman

BPRS Arta Leksana terletak ditempat yang strategis tepatnya di lingkungan pasar yang hanya ada BMT-BMT dan belum terdapat BPRS. Di lingkungan pasar tersebut lebih menguntungkan bagi BPRS Arta Leksana sendiri karena di pasar sendiri banyak penjual yang setiap hari mendapatkan uang, dengan begitu marketing bisa menerapkan strategi jempot bola.

Nasabah non muslim juga berpendapat bahwa lokasi strategis merupakan salah satu faktor penting, jika membutuhkan uang tidak perlu terlalu jauh. Dan masih bisa menabung sendiri karena tempat yang dekat jika marketing sedang berhalangan. Selain itu desain dan kenyamanan tempat juga berpengaruh bagi nasabah non muslim.⁸⁴

IAIN PURWOKERTO

⁸³ Wawancara dengan nasabah non muslim, di Kios Pasar Wangon tanggal 17 Maret 2016 pukul 13.13

⁸⁴ Wawancara dengan nasabah non muslim, di Kios Pasar Wangon tanggal 17 Maret 2016 pukul 13.30

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan mengenai strategi pemasaran produk tabungan PAS Leksana kepada nasabah non muslim di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam memasarkan produknya, BPRS Arta Leksana menerapkan strategi pemasaran yang sama kepada semua umat baik itu muslim maupun non muslim. Dan sebelum melakukan strategi pemasaran yang dijalankan BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon menerapkan pengelompokan pasar yang mana membagi segmen menjadi segmentasi demografik dan psikografik, kemudian membidik pasar sasaran yaitu masyarakat kelas menengah dan masyarakat bawah; pedagang keliling maupun pedagang di kio-kios pasar, kemudian menempatkan produk di benak nasabah dengan produk PAS Leksana. Kemudian baru marketing melakukan strategi pemasaran antara lain: 1) Menawarkan produk kepada nasabah tetapi juga memberikan solusi atas apa yang dibutuhkan oleh nasabah. 2) strategi harga, nasabah non muslim lebih tertarik menabung di BPRS Arta Leksana karena dengan akad *wadiah* mereka bisa mendapatkan bonus setiap bulannya dan tanpa potongan administrasi setiap bulannya. 3) Lokasi yang strategis dan tempat yang nyaman juga diterapkan di BPRS Arta Leksana.

- 4) menawarkan melalui iklan dalam bentuk papan nama, brosur, bulletin dsb; promosi penjualan dengan memberikan hadiah berupa payung, mug dsb; kemudian marketing BPRS Arta Leksana melakukan silaturahmi dan kunjungan kepada nasabah dengan menerapkan strategi jemput bola yang mengantar atau menjemput uang nasabah jadi nasabah tidak perlu repot untuk pergi ke bank.
2. Faktor-faktor yang memengaruhi nasabah non muslim dalam menabung di BPRS Arta Leksana antara lain: 1) pelayanan prima, pelayanan merupakan poin penting bagi nasabah non muslim karena mereka merasa dirugikan jika mereka tidak dilayani dengan baik; 2) harga yang menarik, di BPRS Arta Leksana sendiri setiap bulannya tidak memotong biaya administrasi dan selalu mendapatkan bonus setiap bulan itu menjadi salah satu ketertarikan tersendiri bagi nasabah non muslim karena mereka belum terlalu mempermasalahkan adanya Riba; 3) Lokasi yang strategis dan lay out yang nyaman, lokasi yang strategis berada di pasar dan tempat yang nyaman dan fasilitas-fasilitas yang lengkap.

B. Saran

Dari uraian yang penyusun sampaikan pada tugas akhir ini, maka penyusun menyampaikan beberapa saran yang semoga bermanfaat. Saran tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Lebih meningkatkan kegiatan promosi agar lebih banyak lagi nasabah non muslim yang menabung di BPRS Arta Laksana.
- b. Dan dalam melakukan kegiatan promosi juga harus lebih menjelaskan lagi khususnya kepada nasabah maupun calon nasabah non muslim tentang haramnya Riba.



DAFTAR PUSTAKA

- Apriyantini Marlina Ayu, 2014, "Faktor yang Memengaruhi Non Muslim menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta", Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Fitriani Nur Aida, 2015, "Penerapan Akad Wadiah dan Mudharabah pada Produk Tabungan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga", Laporan Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, Purwokerto.
- Foster Douglas W, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1981.
- Hadi Sutrisno, *Metodologi Research II jilid 2 cetakan 25*, Yogyakarta: Andi Offset, 2000.
- Kartajaya Hermawan dan Muhammad Syakir Sulla, *Syari'ah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Mainar Hestyara Lus, 2015, "Manajemen Pemasaran Syariah dalam Produk Pembiayaan Modal Kerja di BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang", Laporan Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, Purwokerto.
- Muhammad, *Sistem dan Operasional Bank Syariah*, Yogyakarta: UII Press, 2008.
- Nasrulloh Rajif, 2015, "Strategi Pemasaran Tabungan IB Insani di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Gunung Slamet Cilacap", Laporan Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, Purwokerto.
- Saraswati Wiwit Endang, 2015, "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mudharabah Modal Kerja pada PT BPRS Bumi Artha Sampang Cilacap", Laporan Tugas Akhir, IAIN Purwokerto, Purwokerto.
- Sinungan Muchdarsyah, *Strategi Manajemen Bank Menghadapi Tahun 2000*, Jakarta: Rineka Cipta, 1994.

- Sudarmo Indriyo Gito, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2000.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharno, *Marketing in Practice*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sujarweni Wiratma, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Sumarni Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Soehadha Moh, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga, 2002
- Solihin Ismail, *Manajemen Strategik*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2010.
- Tregoe Benjamin B dan John W Zimmerman, *Top Management Strategy* terj. R.A Rivai, Jakarta: Erlangga, 1980.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT. Grasindo IKAPI, 2005.
- Wijatno Serian, *Pengantar Entrepreneurship*, Jakarta: PT. Grasindo, 2009

<https://artaleksana.wordpress.com/profil-kami/>

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 1. Blangko Bimbingan Tugas Akhir



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Alamat: Jl. Jendral A. Yani No. 40/A, Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635824, 0282561, Faks: 0281-638553, www.iaipurwokerto.ac.id

BLANKO/KARTU BIMBINGAN

Nama	Azzalia Rizki Septiana		
NIM	191220017		
Nam' Urafi	6 / MP6		
Desen Pembimbing	Zain Shafiqul H. S.P. M.Si.	PPS	Laksana Kepala Masjid, Mos. Markom di
Judul Skripsi	Strategi Pemasaran Produk Tokong PPS Laksana Kepala Masjid, Mos. Markom di	PPS	Artes Laksana Pemasar Tokong Laksana

No.	BULAN	HARI/TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN PEMBIMBING	MALASISWA
1	April	11 April / Senin	Bimbingan Bab I		
2	April	20 April / Rabu	Revisi Bab I s.d. II		
3	April	27 April / Rabu	ACC BAB I s.d. II		
4	Mei	6 Mei / Jumat	Bimbingan Bab III		
5	Mei	11 Mei / Rabu	Revisi Bab III		
6	Mei	26 Mei / Kamis	ACC BAB III s.d. Bimbingan Bab IV		
7	Jun	5 Jun / Jumat	ACC BAB I, II, III, IV		

*Disisi Pokok pokok Bimbingan
 **Disisi Setiap Selesai Bimbingan

Purwokerto, 11 Jun 2016
 Pembimbing

 NIP. 0281220019-2007

Lampiran 2. Brosur BPRS Arta Leksana

ARTALEKSANA
PT. BANK PEMBAYARAN RAKYAT SYARIAH

BANK ISLAM

ARTALEKSANA

Antre di loket, banyak pekerjaan, teak-empat
ponsel, tagihan PLN, tagihan Telepon, tagihan PDAM,
beli pulsa, bayar infiq, bayar Shodaqoh, bayar Zakat ?
Semua BISA di BPRS Arta Leksana.

GAMPANG BAYAR TAGIHAN

Semua layanan yang ada di BPRS Arta Leksana

Untuk fasilitas Gampang Bayar Tagihan,
silahkan menghubungi Customer Service kami
di lokasi terdekat dengan tempat tinggal Anda.

WESTERN UNION
PENGIRIMAN UANG

Dengan Western Union, anda mengirimkan lebih dari sekedar uang. Anda akan membantu anda untuk terhubung dengan orang yang anda sayangi, dan rekan bisnis anda di seluruh dunia. Dan dengan kestabilan lebih dari 160 tahun dengan lebih dari 135 tahun pengalamannya, bidang bisnis pengiriman uang, dan jaringan di lebih dari 18.000 lokasi agen di Indonesia salah satunya adalah BPRS Arta Leksana yang terdekat dengan tempat tinggal Anda.

Membangun Ekonomi Ummat

Purwokerto :
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 30 Purwokerto
Telp. (0281) 643450
Fax. (0281) 643421

Wangon :
Ruko No. 7 Pasar Wangon Banyumas
Telp. (0281) 6889180
Fax. (0281) 513275

Ajlbarang :
Kawing, Blok E Ruko No. 6 Pasar Ajlbarang Banyumas
Telp. (0281) 572298
Fax. (0281) 572637

www.artaleksana.com
 Artaleksana Bprs
 @ARTALEKSANA

PEMBIAYAAN

PT. BPRS Arta Leksana memberikan fasilitas pembiayaan bagi para pedagang, pegawai, pengusaha dan Pegawai Negeri Sipil yang digunakan untuk:

- Modal Kerja
- Investasi
- Pembelian barang yang bersifat konsumtif
- Jasa Sewa Barang

Pelayanan pembiayaan yang diberikan dengan proses yang sangat mudah, cepat dan kekeluargaan.

Tabungan yang simpanannya dapat diambil sewaktu-waktu dengan setoran awal minimal :

- Perorangan : Rp. 10.000,-
- Kelompok : Rp. 10.000,-
- Lembaga : Rp. 25.000,-

Prinsip Tabungan Amanah yang ada di BPRS Arta Leksana adalah *Wadiah yad-dhamanah* dimana barang titipan selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan. Namun atas kebijakannya Bank dapat memberikan imbalan yang sering disebut "bonus" kepada penitip.

TABUNGAN SYARIAH LEKSANA

Merupakan tabungan yang dapat ditarik kapan saja waktu yang dibutuhkan untuk keperluan sehari-hari. Jenis tabungan ini terdiri atas: Tabungan Berjangka, Tabungan Tabung, dan Tabungan Tabung.

TABUNGAN QURBAN

Saluran awal minimal Rp. 10.000,- selanjutnya 5.000,-

TAS LUKSANA

Saluran awal minimal Rp. 5000,- selanjutnya minimal Rp. 2.000,-

TAP (TAN DAN AHAJI)

Saluran awal minimal Rp. 500.000,- selanjutnya minimal Rp. 100.000,-

DEPOSITO SYARIAH LEKSANA

Deposito berjangka Arta Leksana bisa diambil sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati di awal dengan setoran minimal Rp. 1.000.000,- dan kelipatannya. Bagi hasil yang diberikan sesuai dengan nisbah jangka waktu deposito.

- 1-3 bulan : Nasabah 40% Bank 60%
- 4-6 bulan : Nasabah 45% Bank 55%
- 7-9 bulan : Nasabah 50% Bank 50%
- 10-12 bulan : Nasabah 55% Bank 45%

Merupakan perjanjian sewa-menyewa atas manfaat suatu barang dan atau jasa antara penyewa dengan pemilik obyek sewa untuk mendapatkan imbalan berupa sewa atau upah bagi pemilik obyek sewa.

Fitur:

- Nasabah membutuhkan manfaat atas suatu barang dar atau jasa.
- Bank menyewa manfaat atas suatu barang atau jasa dar penyewa langsung.
- Nasabah menyewa manfaat atas suatu barang atau jasa kepada bank.
- Pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

Manfaat:

- Nasabah dapat memenuhi kebutuhan dengan metode yang dibenarkan secara syariah.
- Harga sewa yang lebih murah daripada pembayaran bank.

KEWAJIBAN NASABAH

Merupakan pinjaman dana tanpa imbalan.

Fitur:

- Pinjaman untuk memenuhi kebutuhan mendesak.
- Kewajiban nasabah mengembalikan sesuai perjanjian.
- Nasabah diperbolehkan memberikan jasa tanpa mengangalkan di awal akad.

Manfaat:

- Nasabah dapat memenuhi kebutuhan dengan metode yang dibenarkan secara syariah.

SYARAT PENGAJUAN PEMBIAYAAN

- Mengisi formulir aplikasi permohonan pembiayaan.
- Fotocopy KTP suami/istri yang masih berlaku.
- Fotocopy Kartu Keluarga.
- Fotocopy Buku Nikah.
- Fotocopy agunan yang akan dijaminkan (BPKB Sertifikat)
- Bersedia di survey jaminan dan tempat usaha.

6. Tabungan Umroh Leksana

- Ketentuan :**
1. Pembukaan pertama Rp. 1.500.000,-
 2. Minimal setoran selanjutnya Rp. 250.000,-

Souvenir :
Perfengkapan ibadah umroh

MANFAAT :

1. Mendapatkan perlindungan asuransi dengan syarat dan ketentuan yang berlaku.
2. Mendapatkan bimbitan manasik umroh

7. Tabungan Qurban Leksana

- Ketentuan :**
1. Pembukaan pertama Rp. 250.000,-
 2. Setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000,-

Souvenir :
Kantong plastik branding masjid/ kelompok qurban

MANFAAT :

Memudahkan nasabah untuk merencanakan qurban setiap tahun

8. Tabungan Bacha' Leksana (TaBaNa)

- Ketentuan :**
1. Pembukaan tabungan minimal Rp. 50.000,-
 2. Setoran selanjutnya minimal Rp. 25.000,-

Souvenir :

1. Parsel lebaran.
2. Pembungkus parcel branding.

MANFAAT :

1. Mempersiapkan kebutuhan hari raya.
2. Mempersiapkan bingkisan lebaran

Melayani Penitipayaan

- Pembayaran :**
1. Mirababah
 2. Mudharabah
 3. Syariah
 4. Ba'harah
 5. Ijarah
- Batas waktuan :**
- Fotocopy KTP, Suami/Istri
 - Fotocopy KK
 - Fotocopy Surat Nikah
 - Fotocopy Jaminan (BPKB/Sertifikat)

TABUNGAN BISA DIANTAR/JEMPUT

Purwokerto :
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 30 Purwokerto
Telp. (0281) 643450 Fax. (0281) 643421

Wangon :
Ruko No. 7 Pasar Wangon Banyumas
Telp. (0281) 6849160 Fax. (0281) 513275

Ajlbarang :
Kawling Blok E No. 6 Pasar Ajlbarang Banyumas
Telp. (0281) 572298 Fax. (0281) 572637



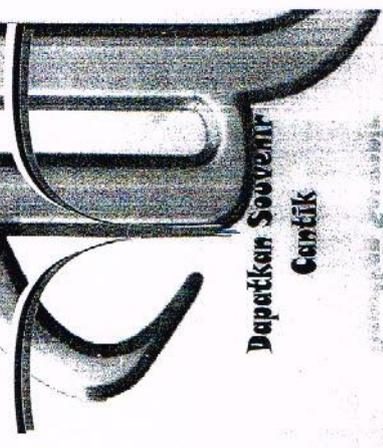
www.artalaksana.com
Artalaksana Bhrs
@ARTAL_EKSANA

3

Tabungan Wac
TabunganKu LEKSA
Tabungan PAS LEKSA

Tabungan Mudharabah

- Tabungan Siswa Arta Leksana (TASAL)
- Tabungan Tahapan Leksana (TATA LEKSANA)
- Tabungan SAMARA LEKSANA
- Tabungan Umroh LEKSANA
- Tabungan Qurban LEKSANA
- Tabungan Bacha' LEKSANA (TaBaNa)



**Dapatkan Souvenir
Cantik**

Wadhah

TabunganKu Leksana

Ketentuan :
CIF dengan Kartu Pelajar/KTP.
Minimal pembukaan Rp. 10.000,-
Setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000,-
Souvenir :
Pulpen.
Gantungan kunci.
Mug.
Payung.

MANFAAT :

Bisa sebagai jaminan pembiayaan pembayaran sekolah.
Souvenir diberikan pada saat pembukaan rekening.
Bebas biaya administrasi bulanan
Bisa debit untuk pembayaran rek.listrik, air, telepon.
Bisa bertransaksi ke bank lain melalui Arta Leksana.

Tabungan PAS Leksana

Ketentuan :
CIF KTP.
Minimal pembukaan Rp. 50.000,-
Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-

Souvenir :

Mug.
Payung.
Cellemek PAS Leksana.
Banner.
Kaos.
Dompot.

Souvenir : syarat dan ketentuan berlaku.

MANFAAT :

1. Pembukaan rekening bisa dimanapun.
2. Bisa debit untuk pembayaran rek. listrik, air telepon.
3. Bisa sebagai jaminan pembiayaan.
4. Bisa bertransaksi ke bank lain melalui Arta Leksana.
5. Bebas biaya administrasi bulanan.
6. Special Price pembiayaan untuk penabung aktif. *)
7. Souvenir diberikan pada saat pembukaan rekening.

Mudharabah

3. TAS Leksana

Ketentuan :

1. Untuk mengatur perencanaan biaya pendidikan anak sekolah.
2. Berjangka waktu tertentu (minimal 3 bulan).
3. Minimal pembukaan Rp. 50.000,-
4. Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-

Souvenir :

1. Tas sekolah.
2. ATK anak sekolah.

MANFAAT :

1. Mendapatkan bagi hasil setara deposito 3 bulan.
2. Hadiah menarik.
3. Bingkisan untuk nasabah siswa berprestasi (ranking 1 kelas).

4. Tabungan Tahapan Leksana (TATA LEKSANA)

Ketentuan :

1. Setoran bulanan minimal Rp. 100.000,- sampai dengan Rp. 5.000.000,- dengan kelipatan Rp. 100.000,-
2. Jangka waktu tabungan 1 sd 25 tahun.

3. Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 60 tahun pada saat jatuh tempo.
4. Jangka waktu tabungan tidak dapat diubah dan apabila ada perubahan, bagi hasil bulan berjalan tidak diterimakan.
5. CIF KTP / SIM / Kartu Pelajar.
6. Pembukaan minimal Rp. 1.000.000,-

Souvenir :

1. Sajadah.
2. Handphone.
3. Seterika.
4. Dispencer.
5. Magic Com.
6. Happy Call.
7. Emas

MANFAAT :

1. Bagi hasil setara dengan bagi hasil deposito.
2. Kemudahan perencanaan keuangan di waktu ya akan datang, bisa untuk pendidikan, permikahan modal usaha.
3. Mendapatkan perlindungan asuransi dengan syc dan ketentuan yang berlaku.

5. Tabungan SAMARA LEKSANA

Ketentuan :

1. Pembukaan pertama Rp. 100.000,-
2. Jangka waktu minimal 6 bulan.
3. Setoran minimal Rp. 50.000,-
4. Khusus untuk lejang.
5. Break tabungan menjelang permikahan.

Souvenir :

1. Paket mas kawin (Alquran dan alat sholat).
2. Alat-alat rumah tangga. *)

MANFAAT :

Mengatur perencanaan keuangan menjelang permikahan.

Lampiran 3. Slip Setoran dan Slip Pengambilan Tunai

PT. BPRS ARTA LEKSANA L-1 Untuk Bank L-2 Untuk Nasabah		SLIP SETORAN TUNAI (Harap diisi dengan huruf cetak/capital) 1 1 6 0 9 5 1 1		 BANK ISLAM ARTA LEKSANA <small>P.T. BANK PEMBANGUNAN PASAR BANGSA</small> Cd.56/92/IBA	
Pada hari ini tanggal :		Harap diterima:		Kantor :	
Sejumlah Rp.	Terbilang	KREDIT	Rekening Nomor	Menyetujui / Approval	
Validasi		Nama Rekening	Penyetor Tanda Tangan & Nama Penyetor		
Keterangan: <input type="checkbox"/> Tabungan Wadiah / Mudharabah <input type="checkbox"/> Deposito Mudharabah <input type="checkbox"/> Penggantian Biaya Administrasi Pembiayaan <input type="checkbox"/> Premi Asuransi dan Biaya Legalisasi		Teller Yang Menerima	Kabag. Yang Contrasign	Kontrol Check / Recheck	Authorize Tanda Tangan

PT. BPRS ARTA LEKSANA L-1 Untuk Bank L-2		SLIP PENGAMBILAN TUNAI (Harap diisi dengan huruf cetak/capital) 1 1 6 0 1 0 5 5		 BANK ISLAM ARTA LEKSANA <small>P.T. BANK PEMBANGUNAN PASAR BANGSA</small> Cd.56/94/IBAL	
Pada hari ini tanggal :		Harap dibayarkan:		Kantor :	
Sejumlah Rp.	Terbilang	DEBET	Rekening Nomor	Menyetujui / Approval	
Validasi		Nama Rekening	Penerima Tanda Tangan & Nama Penerima		
Keterangan: <input type="checkbox"/> Peminakan Tabungan Wadiah <input type="checkbox"/> Penarikan Tabungan M. Jharabah		Teller Yang Menyerahkan	Kabag. Yang Contrasign	Kontrol Check / Recheck	Authorize Tanda Tangan

Lampiran 4. Formulir Permohonan Pembukaan Rekening Tabungan



BANK ISLAM
ARTA LEKSANA
PT BANK PEMBANGSAAN RAKYAT SYARIAH

APLIKASI PERMOHONAN PEMBUKAAN REKENING
TABUNGAN **WADIAH** **MUDHARABAH**



Bismillahirrohmanirrohiim. *mohon diisi dengan huruf cetak*

No. CIF : No.Rekening :

1. Nama	:
2. Tempat / Tgl Lahir	:
3. Alamat Rumah	:
4. Pekerjaan :	a. Pegawai b. Karyawan Swasta
: Alamat Tempat Kerja	:
: No. Telp. Tempat Kerja	:
: Instansi Tempat Kerja	:
: Sumber Dana	:
5. Pekerjaan	:
: Sumber Pendanaan	:
: Tujuan Pembukaan Rek.	:
6. Nama Ibu Kandung	:
7. Pendidikan Terakhir	:
8. Penghasilan per Bulan	:
9. Pengeluaran per Bulan	:

NASABAH PERANTARAATAU PEMEGANG KUASA
(BENEFICIAL OWNER)

10. Bukti Penugasan, Surat Kuasa kewenangan bertindak sebagai perantara terlampir

11. PERNYATAAN

Bahwa saya (.....) telah dilakukan penelitian terhadap kebenaran identitas maupun sumber dana dari beneficial owner perorangan / perusahaan / instansi.

Identitas diri berupa :

1. KIP / (terlampir) No. berlaku s.d.:

2. SIUP/TDP/NPWP/..... No.....

3. No.....

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :

Alamat :

No.KTP/.....

DENGAN INI MENYATAKAN

1. Dana yang disetor tidak berasal dari dan untuk tujuan pencucian uang.
2. Tidak bersedia memberikan dan /atau menyebarluaskan Data Pribadi Saya / Kami kepada pihak lain untuk tujuan komersial, tanpa terlebih dahulu menjelaskan tujuan dan konsekuensi dari pemberian dan / atau penyebaran Data Pribadi Saya / Kami kepada pihak lain.
3. Saya telah dilakukan penelitian terhadap kebenaran identitas maupun sumber dana dari pemberi kuasa (beneficial owner) perorangan / perusahaan (coret bila nasabah bukan sebagai perantara)

SPESIMEN TANDA TANGAN & PARAF		
NAMA	TANDA TANGAN	PARAF

Berlaku : Salah satu Bersama

.....
Pihak Pertama. Pihak Kedua

Nama Jelas dan Tanda tangan Nasabah

Nama Jelas, Tanda Tangan dan Stempel Bank Pejabat Bank

DIPROSES	DIPERIKSA	DISETUIJUI	TANGGAL / JAM

**INFORMASI PRODUK BANK
SIMPANAN BERPRINSIP SYARIAH**

TABUNGAN WADIAH MUDHARABAH

1. Nama Produk :

2. Jenis Produk :

3. Manfaat Produk :

4. Resiko Produk :

5. Persyaratan & Tata Cara Penggunaan Produk :

- Wajib memiliki buku tabungan yang diperoleh dari BPRS Arta Leksana
- Setiap penarikan dan / atau menabung wajib mengisi formulir yang kami sediakan dengan menunjukkan buku tabungan
- Menyerahkan foto kopi KTP / Identitas lain yang masih berlaku
-

6. Biaya yang melekat pada produk :

- Biaya ganti buku tabungan sebesar : Rp. 2.500,00
-

7. Jangka waktu berlakunya produk :

8. Penerbit produk : PT. BPRS Arta Leksana

AKAD WADIAH

Akad Wadiah adalah akad penitipan dana dimana Penitip dana mengizinkan kepada Bank untuk memanfaatkan dana yang dititipkan dan Bank mengembalikan apabila Penitip dana mengambil sewaktu-waktu dana tersebut.

Tabungan Wadiah adalah titipan dana berdasarkan prinsip wadiah pada Bank berprinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan sarana perintah pembayaran atau dengan cara pemindahbukuan

Dalam transaksi tabungan wadiah ini Nasabah bertindak sebagai **Penitip dana (Mudli)**. Bank akan menjaga dana titipan dan bertanggungjawab atas pengembaliannya sewaktu-waktu bilamana ditarik oleh nasabah pemilik dana titipan.

Pihak Bank, Pihak Penitip Dana / Mudli'

(.....) (.....)

AKAD MUDHARABAH

Akad Mudharabah adalah akad yang digunakan dalam perjanjian antara pihak penanam modal dan pengelola dana untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati.

Tabungan Mudharabah adalah titipan dana berdasarkan akad **Mudharabah Mutlaqah** dimana pengelolaan dana diserahkan sepenuhnya kepada Bank berdasarkan prinsip syariah dengan jangka waktu tertentu, dimana pembagian keuntungan kepada pihak Nasabah atas pengelolaan dana tersebut dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati dan Pihak Bank tidak mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.

Produk Tabungan Mudharabah di BPRS Arta Leksana adalah :

1. Tabungan Siswa (Tas Leksana)
2. Tabungan Qurban
3. Tabungan Umroh

Dalam transaksi tabungan mudharabah ini, Nasabah bertindak sebagai **Pemilik Dana (Shohibul Maal)** dan Bank bertindak sebagai **Pengelola Dana (Mudharib)** dimana Nisbah kepada Nasabah adalah : 25% dan Nisbah Bank adalah : 75%.

Mudharib, Shohibul Maal,
PT. BPRS Arta Leksana Pemegang Rekening

(.....) (.....)

Penarikan tabungan wadiah/tabungan mudharabah dengan cara perintah pembayaran atau dengan cara pemindahbukuan tidak berlaku bagi tabungan wadiah / mudharabah yang diblokir.

Atas bagi hasil yang diterima Nasabah dikenakan pajak (Pph Pasal 23) sebesar 20% dari bagi hasil yang diperoleh apabila saldo simpanan tabungan lebih dari Rp. 7.500.000,00 (Tujuh Juta Lima Ratus Ribu Rupiah).

FORMULIR KHUSUS PENGGUNAAN DATA PRIBADI

Dalam hal bank akan memberikan dan/atau menyebarluaskan Data Pribadi Saya/Kami kepada pihak lain untuk tujuan komersial, Bank wajib terlebih dahulu menjelaskan tujuan dan konsekuensi dari pemberian dan/atau penyebaran Data Pribadi Saya/Kami kepada pihak lain.

Diketahui dan Disetujui oleh Bank, (.....)	Tempat dan Tanggal : Nasabah yang Bersangkutan, (.....)
---------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------

Lampiran 5. Surat Permohonan Penutupan Tabungan

Kepada Yth.
Pimpinan PT. BPR Syariah Arta Laksana
Di PURWOKERTO

SURAT PERMOHONAN PENUTUPAN TABUNGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : _____
No. Rekening Tabungan : _____
Alamat : _____

Bersama ini saya bermaksud untuk menutup rekening tabungan *Wadiah/Mudharabah* * saya, dengan sisa saldo yang dapat diambil (diisi petugas Bank) sebesar Rp.

(_____),

akan *Diambil Tunai/Dikreditkan/Ditransfer* * ke Rekening Nomor :

_____, pada Bank : _____

Atas Nama : _____

Alasan penutupan Rekening Tabungan : _____

Dengan penutupan Rekening Tabungan tersebut, saya bersedia untuk tidak menerima bagi hasil dan bersedia dikenakan biaya penutupan rekening, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian permohonan saya ini untuk dijadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Wangon, _____

Hormat saya,

Account Officer,

*Coret yang tidak perlu.

Lampiran 6. Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian



IAIN PURWOKERTO

Lampiran 7. Dokumentasi Pemberian Hadiah kepada Nasabah Non Muslim



IAIN PURWOKERTO

Lampiran 8. Pedoman Wawancara

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara dengan Lusito selaku Bagian Umum di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon

1. Bagaimana prosedur pembukaan rekening tabungan di BPRS Arta Leksana?
2. Bagaimana prosedur penutupan rekening tabungan di BPRS Arta Leksana?

Wawancara dengan Irma Fitriani selaku *Customer Service* di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon

1. Apakah ada kenaikan jumlah nasabah non muslim dari tahun 2014 sampai akhir tahun 2015?
2. Bagaimana BPRS Arta Leksana menawarkan produk kepada nasabah non muslim? Dan produk apa yang paling banyak diminati?

Wawancara dengan Charis Siswandi selaku Kepala Bagian Marketing di Kantor Pusat BPRS Arta Leksana

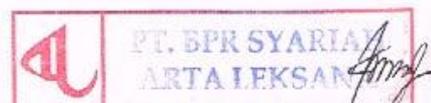
1. Segmentasi apa yang diterapkan di BPRS Arta Leksana?
2. Sarana apa saja yang digunakan oleh BPRS Arta Leksana dalam melakukan kegiatan promosi?

Wawancara dengan Imam Mustofa selaku Kepala Cabang di BPRS Arta Leksana Kantor Cabang Wangon

Apa arti nama dari produk tabungan PAS Leksana?

Wawancara dengan nasabah non muslim di kios pasar Wangon

1. Apakah sama antara bunga di Bank Konvensional dengan bagi hasil di Bank Syariah?
2. Apakah Riba itu haram?
3. Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan nasabah non muslim memilih menabung di BPRS Arta Leksana?



Lampiran 9. Sertifikat Praktik Kerja Lapangan (PKL)

IAIN PURWOKERTO

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

SERTIFIKAT

Nomor : In.17/FEBI.Lab/PP.009/430/2016

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Kerja Lapangan (PKL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto pada tanggal 7 April 2016 menerangkan bahwa :

Nama : **Awalia Putri Septiana**
NIM : **1323206017**
Jurusan/Prodi : **Perbankan Syariah/ Diploma III Manajemen Perbankan Syariah**

Telah mengikuti PKL Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Tahun Akademik 2015/2016 di :

BPRS ARTRHA LEKSANA PURWOKERTO CABANG WANGON

Mulai dari bulan Januari sampai dengan Maret 2016 dan dinyatakan LULUS dengan nilai A.

Sertifikat ini diberikan sebagai bukti telah mengikuti PKL Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian tugas akhir.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. H. Fathul Arifin Aziz, MM
NIP. 19680403 199403 1 004

Purwokerto, 6 April 2016

Kepala Laboratorium
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Chandra Warsito, S.TP., SE., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PURWOKERTO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PURWOKERTO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PURWOKERTO

	<p>KEMENTERIAN AGAMA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO PUSAT PENJAMINAN MUTU (P2M) Alamat: Jl. A. Yani No.40A Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553 Purwokerto 53126 Website: http://www.stainpurwokerto.ac.id</p>
<h1>Sertifikat</h1>	
<p>Nomor: Sti.23/P2M/PP.009/071/2014</p> <p>Diberikan oleh P2M STAIN Purwokerto kepada:</p> <p>Awalia Putri Septiana / 1323206017</p>	
<p>Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) yang diselenggarakan pada tanggal 8 Juli 2014</p>	
<p>Purwokerto, 22 Juli 2014 Kepala P2M,  Drs. Atabik, M.Ag NIP. 19651205 199303 1 004</p>	
<p>P2M-000985</p>	

MATERI UJIAN	NILAI
1. BTA	
a. Tartil	75
b. Tahfid	70
c. Kitabah	70
2. PPI	70

Lampiran 11. Sertifikat Komputer



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UNIT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
 Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40 A Telp. 0281 - 635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SERTIFIKAT

Nomor : Stt-23/Unit TIPD- 284 /VI/2014

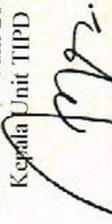
Diberikan kepada :

Awalia Putri Septiana

NIM : 1323206017

lahir pada tanggal : 11 September 1995 di Banyumas
 Sebagai tanda yang bersangkutan telah mengikuti dan menempuh Ujian Akhir Komputer
 pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office
 yang diselenggarakan oleh Unit TIPD STAIN Purwokerto
 pada tanggal 2 – 3 Juni 2014

Purwokerto, 9 Juni 2014
 Kepala Unit TIPD



Agus Sriyanto, M. Si
 NIP : 197509071999031002

Foto
 3x4
 Hitam
 Putih

SKALA PENILAIAN	
NILAI	EKUIVALENSI
A	90 - 100
B	80 - 89
C	60 - 79
D	< 59

KETERANGAN	
SANGAT MEMUASKAN	
MEMUASKAN	
CUKUP	
KURANG	

MATERI PENILAIAN	
MATERI	NILAI
Microsoft Word	A-
Microsoft Excel	A
Microsoft Power Point	B+

Lampiran 12. Sertifikat Bahasa Inggris



Lampiran 13. Sertifikat Bahasa Arab

www.stainpurwokerto.ac.id ٦٣٥٦٢٤-٠٧٨١ هاتف ٣١٢٦ بورو و كرتو رقم : ٤٠ أم بورو و كرتو رقم : ٤٠

عنوان : شارع جنرال أمديان رقم : ٤٠

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورو و كرتو
الوحدة لتنمية اللغة

www.stainpurwokerto.ac.id ٦٣٥٦٢٤-٠٧٨١ هاتف ٣١٢٦ بورو و كرتو رقم : ٤٠

شهادة

Nomer: Stb. 17/UPB/KS.V.0001/2014

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

أوليا بوتري سيبتيانا
MPS-NR

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

جيد ٦٩

١٠٠

بورو و كرتو، ١١ ديسمبر ٢٠١٤
الوحدة لتنمية اللغة،

M.Pd. : الدكتور الحاج رحمة ،
رقم الموظف : ١٩١١١٢٢٢١٩٩١.٣١٠٠٢

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Dibuat khusus oleh mahasiswa yang akan Ujian Tugas Akhir:

Nama : Awalia Putri Septiana
Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 11 September 1995
Nomor Induk Mahasiswa : 1323206017
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Lesmana RT 03 RW 11, Ajibarang
No Telepon : 085747166033
Status Marital : ~~Kawin~~/Tidak Kawin*)
Orang Tua :
Nama Ayah : Sukirwan
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Lesmana RT 03 RW 11, Ajibarang
Nama Ibu : Umi Atun
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Lesmana RT 03 RW 11, Ajibarang

Purwokerto, 24 Juni 2016

Tanda tangan dan Nama Lengkap



Awalia Putri Septiana

*coret yang tidak perlu