

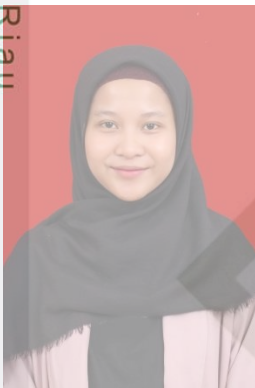
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**IMPELMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK
PEMBIAYAAN MIKRO DI BNI SYARIAH
KC PANAM ARENGKA**

LAPORAN AKHIR

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan
Studi Pada Program Diploma Tiga (III)
Perbankan Syariah Guna Memperoleh Gelar A. Md.



UIN SUSKA RIAU

OLEH

GINA SYAH'BANI
NIM: 01626204051

**JURUSAN D-III PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2020**



PERSETUJUAN

Laporan akhir ini dengan judul *IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO DI BNI SYARIAH KC PEKANBARA*, yang ditulis oleh:

Nama : **GINA SYAH'BANI**

NIM : 01626204051

Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Syawal 1441 H

21 Juni 2020 M

Pembimbing Laporan Akhir

(Dr. H. Mohd. Yunus, M. Ag)
NIP.195912311987031037



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul, **IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO DI BNI SYARIAH KC. PANAM ARENGKA PEKANBARU,** yang ditulis oleh :

Nama : Gina Syahbani
 NIM : 01626204051
 Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :
 Hari/Tanggal : Senin, 29 Juni 2020
 Waktu : 08.00 WIB

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 22 Juli 2020
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag

Sekretaris
Syukran, M.Sy

Penguji I
Dr. Hj. Hertina, M.Pd

Penguji II
Nurnasrina, SE., M.Si

Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712 196803 1 005

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

HANA SYAH'BANI : ” IMPELMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO DI BNI SYARIAH KC PANAM ARENGKA”

Perekonomian Indonesia pada saat krisis global melanda adalah sektor ekonomi mikro dan kecil, selain itu kemampuan untuk bertahan dalam dunia bisnis salah satunya adanya modal. Berkaitan dengan modal tersebut, kendala yang sering dihadapi oleh pengusaha mikro dan kecil adalah permodalan. Hal ini disebabkan antara lain belum adanya sistem pembukuan yang tertib dan teratur yang dimiliki oleh pengusaha mikro dan kecil. Produk ini ditujukan untuk memberikan bantuan pembiayaan terhadap pengusaha mikro dan kecil baik yang sudah berjalan ataupun bagi masyarakat yang ingin mendirikan usaha.

Berkenan dengan hal tersebut maka permasalahan dalam penelitian ini adalah : implementasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan mikro di BNI Syariah KC Panam Arengka ? apa kendala yang di hadapi bak bni syariah kc panam arengka saat memasarkan produknya? Dan apa solusinya dalam menghadapi kendala saat memasarkan produk?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui implementasi bauran pemasaran pada BNI Syariah KC Panam Arengka. Dimana tujuannya adalah untuk menggambarkan secara sistematis tentang fokus penelitian yang meliputi strategi pemasaran dan penerapan metode 7 P (*product, price, place, price, people, proses, physical evidence*), pada strategi pembiayaan mikro. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam penerapan bauran pemasaran PT BNI Syariah KC Panam Arengka. Memasarkan produk pembiayaan mikro BNI Syariah KC Panam Arengka mengutamakan keunggulan produk, dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat, dengan prosesnya yang mudah dalam artian semua elemennya sudah lengkap. Kendala yang terjadi saat memasarkan produk pembiayaan mikro adalah kurangnya pengetahuannya masyarakat sekitar tentang bank syariah. Dan solusi dalam menghadapi kendala adalah memberikan dakwah kepada masyarakat tentang bank syariah, melalui buku, sosial media. Para *marketing* melakukan pendekatan secara persuasif, sering mengunjungi nasabah. Dan menjaga *sillahturahmi* walaupun belum menjadi mitra bank.

Kata Kunci: Pembiayaan Mikro, Bauran Pemasaran, Murabahah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO" Penyusunan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat kelulusan guna mencapai gelar A.Md pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas sultan syarif kasim riau. Tugas akhir ini merupakan hasil pengamatan, wawancara mendalam dan pengolahan data selama penulis melakukan penelitian yang dilaksanakan di BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro. Tugas akhir ini disusun untuk mengetahui strategi promosi produk pembiayaan mikro BNI Syariah Divisi Bisnis Mikro. Proses penyusunan tugas akhir ini, mulai dari proses pencarian data sampai pada tahap akhir penulisan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah dengan ikhlas membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Almarhumah Ibu tercinta dan Almarhum Ayah atas segala kasih sayang, dukungan moril dan materil yang telah diberikan serta senantiasa berdoa dengan tulus ikhlas dan tiada henti

Prof Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag. selaku rektor Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag selaku dekan fakultas syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Ibu Nurnasrina, SE, M.Si selaku ketua program studi perbankan syariah dan hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau

Bapak Dr. H. Mohd. Yunus, M.Ag selaku pembimbing dan kesediaanya memberi waktu luang untuk membimbing, memberikan arahan, saran, masukan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bapak Amrul Muzan Dr., S.H.I., M.A selaku pembimbing akademik atas ketersediannya memberikan kemudahan untuk penulis

Para dosen Falkutas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis semasa kuliah, semoga amal kebbaikannya mendapat balasan di sisi Allah SWT.

Pimpinan dan staf perpustakaan pusat dan perpustakaan falkutas Syariah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak membantu menyelesaikan tugas akhir ini dengan berbagai referensi.

Bapak Bayu Perkasa Pimpinan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Panam Arengka yang telah memberikan izin untuk penelitian tugas akhir. Kepada kak Siti Fauzia Rahmi dan bapak Ario Perdana yang saya hormati telah memberikan waktu luang untuk membantu penulis serta memberi kan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas akhir

5. Rekan-rekan angkatan 2016 yang memberikan motivasi serta menggoreskan kenangan manis dan pahit, canda, dan tawa selama menjalani perkuliahan, semoga tali sillahturahmi kita tetap terjaga.

Akhirnya, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan Penulis mohon maaf, dengan besar harapan semoga tugas akhir ini yang ditulis oleh Penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi Penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini semoga segala amal dan kebbaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT , Amiiin.

Pekanbaru , 21 juni 2020

Penulis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Metode Pengumpulan Data	8
E. Sistematika Penulisan.....	10
F. Teknik Analisa Data.....	11
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah Berdirinya Bank Bni Syariah	13
B. Visi, Misi dan Tujuan BNI Syariah	17
C. Struktur Organisasi BNI Syariah Kc Panam Arengka	17
D. Penjabaran Tugas Pada BNI Syariah Kc Panam Arengka ...	19
E. Jenis-jenis Produk dan Jasa	34
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	40
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	44
C. Murabahah	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Implementasi Bauran Pemasaran Pada Pembiayaan Mikro	64
B. Kendala Yang Dihadapi Dalam Implementasi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro	71
C. Solusi Dari Kendala Yang Dihadapi Dalam Implementasi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR LAMPIRAN

Struktur organisasi BNI Syariah KC. Panam Arengkaekanbaru	17
Struktur organisasi BNI Syariah KC. Panam Arengkaekanbaru	17



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

Latar Belakang

Jika kita telusuri sejarah dikenalnya kegiatan perbankan syariah dimulai dari jasa penukaran uang. Sehingga dalam sejarah perbankan, arti bank dikenal sebagai meja tempat menukar uang. Dalam perjalanan sejarah kerjaan tempo dulu dan mungkin penukaran uangnya dilakukan antar kerajaan yang satu dengan kerajaan yang lain. Kegiatan penukaran ini sekarang dikenal nama dengan pedagang valuta asing (*money charger*).

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya kegiatan operasional perbankan berkembang lagi menjadi penitipan uang atau yang disebut sekarang ini kegiatan simpanan. Berikutnya kegiatan perbankan bertambah dengan kegiatan peminjaman uang. Uang yang disimpan oleh masyarakat oleh perbankan dipinjamkan lagi kembali ke masyarakat yang membutuhkan.¹

Perbankan merupakan salah satu aspek yang diatur dalam syariah Islam yaitu tentang *muamalah*, yang berarti mengatur hubungan antar manusia. Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasiskan syariah menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi.²

Dalam perkembangan perbankan di Indonesia, sistem perbankan syariah telah dijadikan sebagai suatu alternatif sistem perbankan di Indonesia, dan sistem

¹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Prasada, 2007), Hal 27

²Akhmad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada), 2006, Hal. 18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut telah menjadi daya tarik tersendiri dikalangan praktisi perbankan dan kalangan bisnis. Menurut Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kankegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya berdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang secara formal dimulai sejak tahun 1992, hingga saat ini meskipun pangsa pasarnya masih kecil, namun dari sisi laju pertumbuhan relative cukup pesat. Memanng pada tahun 1992 sampai dengan sampai 1998 terjadi perkembangan yang lambat baik dari sisi jumlah kantor bank syariah maupun indikator perbankan lainnya. Optimisme perkembangan perbankan syariah yag semakin meningkatnya pemahaman dan keinginan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah.⁴

Perbankan syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pengembangan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank syariah juga memiliki tujuan atau berorientasi tidak hanya pada profit saja tetapi juga didasarkan pada falah (*falah oriented*). pada Bank Konvensional orientasi perbankan hanya pada profit saja (*profit oriented*).⁵

Peranan umum BNI Syariah adalah melakukan pembiayaan pada usaha-usaha yang dilakukan masyarakat dengan berdasarkan sistem perekonomian syariah. Untuk menjalankan peranannya tersebut, maka terdapat produk-produk peryaluran dana yang berupa pembiayaan dengan menggunakan akad-akad sesuai dengan syariat islam seperti akad *mudharabah* (bagi hasil), *murabahah* (jual beli)

³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), Hal. 61

⁴ Ahmad Rodoni, “*Lembaga Keuangan Syariah*”, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008), Hal. 21

⁵ Akhmad Mujahidin, *loc.cit*

dan *ijarah* (sewa menyewa). Sehingga masyarakat yang membutuhkan dana, dapat memilih pembiayaan yang akadnya sesuai dengan apa yang menjadi keinginan dan tujuannya.

Pembiayaan *murabahah* merupakan pembiayaan yang banyak digunakan oleh bank-bank syariah karena memiliki tingkat resiko yang lebih kecil serta proses dan praktiknya lebih mudah di bandingkan dengan pembiayaan yang lainnya, salah satu produk di BNI Syariah adalah pembiayaan mikro, pembiayaan mikro BNI Syariah mempunyai 2 fitur diantaranya:

1. BNI Mikro 2 iB Hasanah, yaitu pembiayaan mulai dari Rp. 5 juta hingga Rp. 50 juta. Jangka waktu 6 bulan hingga 36 bulan, tujuan untuk pembiayaan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif) .
2. BNI Mikro 3 iB Hasanah, yaitu pembiayaan >Rp 50 juta hingga Rp 500 juta. Jangka waktu pembiayaan mulai 6 bulan hingga 60 bulan, tujuan untuk pembiayaan pembelian barang modal kerja, investasi produktif dan pembelian barang lainnya (konsumtif) .⁶

BNI Syariah terus memperbesar porsi pembiayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Untuk mendorong agar segmen mikro tumbuh lebih cepat, salah satu bank syariah terbesar di tanah air ini menyiapkan sejumlah strategi diantaranya memperkuat organisasi di segmen tersebut serta menggelar lebih banyak lagi pelatihan terkait UMKM.⁷

⁶ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pembiayaan/mikro>, di akses pada tanggal 30 agustus 2019 pukul 20:43

⁷ <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2019/03/31/bni-syariah-perbesar-porsi-pembiayaan-mikro> diakses pada tanggal 30 agustus pukul 21:15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BNI Syariah menargetkan pertumbuhan pembiayaan mikro tahun ini sekitar 35 persen. Kinerja bisnis pembiayaan mikro BNI IB Hasanah sampai Desember tahun 2018 tercatat sebesar Rp 1,08 triliun atau tumbuh 9,26 persen dibandingkan periode yang sama di tahun sebelumnya. Sementara total nasabah mikro berjumlah lebih dari 12 ribu pengusaha atau pedagang. BNI Syariah melakukan pendekatan langsung dengan mendirikan pusat kegiatan ekonomi di pasar bertajuk HASANAH Spot.

HASANAH Spot pertama dibangun di Pasar Modern Bintaro. Di sana, pedagang disuguhkan penawaran khusus salah satunya program Mitra Hasanah untuk produk pembiayaan Mikro dengan plafon Rp 5 juta sampai dengan Rp 1 miliar.⁸

Dalam memasarkan produk tentu memerlukan strategi agar pembiayaan tersebut dapat dilakukan oleh *marketing* sesuai dengan segmentasi, *targeting* dan *positioning* yang telah ditentukan. 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 dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat, para pesaing justru terus semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya⁹

Perbankan merupakan industri jasa sehingga konsep pemasarannya cenderung mengikuti konsep pemasaran untuk produk jasa. Sedangkan yang

⁸ <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/pn25d1423/bni-syariah-tanah-ekonomi-peningkatan-pembiayaan-mikro-35-persen> diakses pada tanggal 30 agustus 2019 pukul 22:40

⁹ Kasmir, “*Pemasaran Bank*”, (Jakarta: Kencana, 2008), Hal. 52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membedakan perbankan dengan industri jasa lainnya adalah banyaknya ketentuan dan peraturan yang mengikat (*high regulated*) karena bank merupakan lembaga kepercayaan (*trust company*).¹⁰ Strategi pemasaran adalah seleksi atas pasar sasaran, penentuan posisi bersaing, dan pengembangan suatu *marketing mix* yang efektif untuk mencapai dan melayani nasabah-nasabah. Strategi pemasaran teruang dalam empat posisi bauran pemasaran (*marketing mix*). *Marketing mix* adalah kombinasi dari empat variable yaitu strategi harga (*price*), strategi promosi (*promotion*), strategi tempat (*place*), strategi produk (*product*).¹¹

Atau dengan kata lain, *marketing mix* merupakan kumpulan variable-variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan/bank untuk mempengaruhi tanggapan konsumen. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa, “*marketing mix*” merupakan satu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pangsa pasar atau konsumen yang di pilih.¹²

Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan ini dapat dicapai apabila pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan dipasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang

¹⁰Murti Sumarni, “*Manajemen Pemasaran Bank*”, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), Hal.167

¹¹Made Dharmawati, “*Kewirausahaan*” , (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017) , Hal. 279

¹²Ibid., h. 287

memberikan panduan tentang kegiatan yang dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran.¹³

Menganalogikan strategi perbankan syariah berdasarkan konsep *marketing mix* merupakan hal yang sangat menarik dan merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah.¹⁴

Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul “**IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PRODUK PEMBIYAAAN MIKRO PADA PT.BNI SYARIAH KC PANAM ARENGKA**”.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan bauran pemasaran produk pembiayaan mikro yang digunakan oleh bank BNI Syariah KC Panam Arengka?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh bank BNI Syariah KC Panam Arengka saat memasarkan produk pembiayaan mikro? Dan Bagaimana solusi untuk menghadapi permasalahan dalam memasarkan produk pembiayaan mikro pada BNI Syariah KC Panam Arengka?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan masalah

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

¹³ Sofjan Assauri, “*Manajemen Pemasaran*”, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 167-168.

¹⁴ Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), Hal. 73

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Untuk mengetahui pemasaran produk pembiayaan mikro yang diterapkan oleh BNI Syariah KC Panam Arengka.
2. Untuk mengetahui kendala apa yang dihadapi oleh BNI Syariah KC Panam Arengka saat memasarkan produk pembiayaan mikro.
3. Untuk mengetahui solusi menghadapi permasalahan dalam memasarkan produk pembiayaan mikro pada BNI Syariah KC Panam Arengka.

2. Manfaat Penelitian

Apapun manfaat dalam penelitian, adalah :

3. Bagi Penulis
 - a. Untuk menyelesaikan perkuliahan Perbankan Syariah dan mendapatkan gelar A.md
 - b. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah informasi mengenai penerapan bauran pemasaran produk pembiayaan mikro dalam perbankan syariah khusus nya BNI Syariah KC Panam Arengka.
 - c. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan antara teori yang didapatkan ketika masa perkuliahan dan praktik aplikasi langsung di lapangan.

4. Bagi Universitas

Sebagai tambahan guna penyempurnaan dalam materi perkuliahan dan sumbangan pemikiran bagi peneliti selanjutnya.

5. Bagi Bank BNI KC Panam Arengka

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan semangat serta menambah kinerja pegawai bank BNI Syariah KC Panam Arengka dalam mengembangkan strategi pemasaran produk yang lebih kreatif dan inovatif.

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara kerja untuk dapat memahami obyek yang menjadi sasaran atau tujuan penelitian. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan mengambil lokasi penelitian di BNI Syariah KC Panam Arengka untuk meneliti penerapan bauran pemasaran produk pembiayaan mikro.

2. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Panam Arengka Pekanbaru yang beralamat di Jl. HR Soebrantas Pekanbaru. Lokasi ini sangat strategis, dekat dengan perkantoran dan pasar.

3. Subjek dan Objek

Adapun subjek dan objek penelitian ini adalah pihak karyawan bagian marketing di BNI Syariah KC Panam Arengka, sedangkan yang menjadi objek adalah implementasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan mikro PT. BNI Syariah Kantor Cabang Panam Arengka.

4. Populasi dan sampel

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan sedangkan sampel adalah sebagian populasi itu. Adapun yang jadi populasi penelitian ini adalah karyawan BNI Syariah KC Panam Arengka sedangkan sampel dari penelitian ini adalah karyawan bagian pemasaran.

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.¹⁵ Dalam penyusunan tugas akhir ini data primer adalah informasi tentang penerapan bauran pemasaran produk pembiayaan mikro pada bank BNI Syariah KC Panam Arengka.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data sekunder yang didapat dalam penyusunan tugas akhir ini adalah dokumen-dokumen dan buku-buku yang berkaitan tentang penerapan bauran pemasaran produk pembiayaan mikro pada bank BNI Syariah KC Panam Arengka.

c. Metode Pengumpulan Data

1) Metode observasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

¹⁵ Burhan Bungin, "Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya", (Depok : Prenadamedia Group, 2018), Hal. 132.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yang dilakukan penulis yaitu dengan cara mengadakan pengamatan langsung pada objek yang diteliti yaitu pada bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru melalui magang selama 2 bulan.

2) Metode wawancara

Merupakan teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung kepada pihak BNI Syariah KC Panam Arengka untuk mendapatkan informasi atau keterangan mengenai data yang diperlukan.

3) Metode Dokumentasi

Merupakan mencari data mengenai hal-hal variabel yang berupa pencatatan, dengan cara meminjam data atau laporan-laporan serta arsip-arsip yang dibutuhkan penulis.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.¹⁶ Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari bank BNI Syariah Kantor Cabang Panam Arengka akan diolah dengan menggunakan teknik deskriptif kualitatif.

Metode kualitatif maksudnya data yang diperoleh diuraikan sedemikian rupa dan disertai pembahasan dan kemudian hasil analisis tersebut dilaporkan dalam bentuk laporan. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan keterangan dengan mengacu pada berbagai teori dengan pokok masalah. Dengan data

¹⁶ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h. 184.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dokumentasi digunakan untuk menunjang hasil wawancara. Untuk menganalisis data, peneliti cara berfikir induktif yaitu berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkret, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa yang konkret itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum.¹⁷

Dengan cara berfikir induktif, peneliti dapat meneliti strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh Bank Bni Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru untuk dapat mengetahui strategi pemasaran terbaik. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dari *Mikro Financing Risk Head* dan juga dari *sub branch manejer*. Kemudian peneliti mendapat kesimpulan bagaimana strategi pemasaran terbaik yang dapat dilaksanakan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini disusun dalam empat bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan merupakan uraian secara garis besar mengenai hal-hal pokok yang di bahas, guna mempermudah dalam memahami dan melihat hubungan suatu bab dengan yang lain. Adapun uraian pada setiap bab adalah sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM BNI SYARIAH KC PANAM ARENGKA

¹⁷ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Reseach*, (Jogjakarta:Adi Office,1980),h.42.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bab ini menguraikan tentang sejarah dan perkembangan Bank BNI Syariah KC Panam Arengka, Visi dan Misi Bank BNI Syariah KC Panam Arengka, serta struktur organisasi Bank BNI Syariah KC Panam Arengka.

BAB III : DEFENISI BAURAN PEMASARAN

Bab ini menguraikan tentang Tinjauan Pustaka yang terdiri dari, defenisi pemasaran, strategi pemasaran, defenisi bauran pemasaran.

BAB IV : IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO

Bab ini berisikan tentang Penerapan Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro BNI Syariah KC Panam Arengka, serta Kendala dan Solusi Dalam Pemasaran Produk Pembiayaan Mikro di BNI Syariah KC Panam Arengka.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan pemersalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi atas pemersalahan tersebut.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM

Sejarah Berdirinya Bank Bni Syariah

BNI Syariah didirikan sejak tanggal 29 April 2000, sedang BNI Syariah Kantor Cabang Panam Arengka didirikan pada tanggal 21 september 2001. Pembukaan cabang syariah tersebut didasarkan pada alasan-alasan sebagai berikut:

1. Menyediakan layanan perbankan yang lengkap (mewujudkan Bank BNI sebagai *Universal Banking*).
2. Adanya data dari Majelis Ulama Indonesia bahwa 30% masyarakat Indonesia menolak sistem bunga.
3. Landasan operasional perbankan syariah yang sudah kuat.
4. Masih terbatas kompetitor.
5. Respon dan kepercayaan masyarakat yang besar atas hadirnya Bank Syariah (hasil *survey*)

Dalam dunia perbankan, khususnya Bank BNI Syariah tersebut akan memberikan layanan perbankan syariah yang merupakan salah satu sasaran pengembangan bisnis yang terdapat di dalam SBU ritel. Penetapan sasaran ini didorong oleh UU No. 19 tahun 1998 tentang perbankan yang membolehkan Bank Umum untuk memberikan layanan berdasarkan prinsip syariah. setelah pembukaan Unit Usaha Syariah ini dimasukan dalam *Bisnis Plan* Bank BNI, dilakukan persiapan-persiapan dengan membentuk tim Bank Syariah yang merupakan dari proyek pengembangan perbankan ritel. Dibawah kordinasi tim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut, pada akhirnya rencana itu dapat direalisasikan, termasuk di antaranya diperbolehnya izin prinsip dan usaha dari Bank Indonesia.

Pada tahun 2003 dilakukan penyusunan *corporate plan* BNI Syariah yang di dalamnya termasuk rencana independensi pada tahun 2009-2010. Proses Independensi BNI Syariah diperkuat dengan kebijakan otonomi khusus yang diberikan oleh BNI kepada UUS BNI pada tahun 2005. Pada tahun 2009, BNI membentuk Tim Implementasi Pembentukan Bank Umum Syariah, sehingga terbentuk PT Bank BNI Syariah yang efektif didirikan pada tanggal 19 Juni 2010. Proses Independensi BNI Syariah diperkuat dengan kebijakan otonomi khusus yang diberikan oleh BNI kepada UUS BNI pada tahun 2005. Pada tahun 2009, BNI membentuk Tim Implementasi Pembentukan Bank Umum Syariah, sehingga terbentuk PT Bank BNI Syariah yang efektif didirikan pada tanggal 19 Juni 2010 sebagai anak perusahaan dari PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk (BNI).

Sebelum beroperasi sebagai Bank Umum Syariah (BUS) yang berdiri secara Independen, BNI Syariah telah beroperasi sebagai unit bisnis BNI selama 16 tahun dengan menawarkan berbagai produk perbankan syariah, BNI Syariah saat ini melayani nasabah melalui 59 kantor cabang di seluruh Indonesia yang didukung oleh jaringan dan teknologi BNI berupa layanan cabang, ATM, Internet Banking, dan Call Center, lebih dari 750 cabang BNI sebagai Delivery Channel Perbankan Syariah terhubung melalui jaringan teknologi canggih di seluruh Nusantara.

Berdirinya Unit Usaha Syariah BNI

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan tiga pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Pada tahun 1999 dibentuk Tim proyek Cabang Syariah dengan tujuan untuk mempersiapkan pengelolaan bisnis perbankan syariah BNI yang beroperasi pada tanggal 29 April 2000 sebagai Unit Usaha Syariah (UUS) BNI. Pada awal berdirinya, UUS BNI terdiri atas 5 kantor cabang yakni di Yogyakarta, Malanag, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Pada tahun 2002, BNI Syariah mulai menghasilkan laba dan pada tahun 2003 dilakukan penyusunan *corporate plan* yang di dalamnya termasuk rencana indenpendensi BNI Syariah pada tahun 2009-2010. Pada tahun 2005 proses independensi BNI Syariah diperkuat dengan kebijakan otonomi khusus yang diberikan oleh BNI kepada UUS BNI. Pada tahun 2009, BNI membentuk Tim Implementasi Pembentukan Bank Umum Syariah. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang hingga pada pertengahan tahun 2010 telah memiliki 27 kantor cabang pembantu. Disamping itu, UUS BNI senantiasa mendapatkan dukungan teknologi informasi dan penggunaan jaringan saluran distribusi yang meliputi kantor cabang BNI, jaringan ATM BNI, ATM Link serta ATM bersama, 24 jam layanan BNI Call dan juga *internet banking*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

 2. Pemisahan (*Spin Off*) Unit Usaha Syariah BNI

Proses *spin off* dilakukan dengan beberapa tahapan, sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku termasuk ketentuan Bank Indonesia. Bank Indonesia memberikan persetujuan prinsip untuk pendirian BNI Syariah, dengan surat nomor 12/2/DPG/DPBS tanggal 22 Maret 2010 telah ditandatangani Akta Nomor 159, Akta pemisah Unit Usaha Syariah PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk ke dalam PT Bank BNI Syariah dan Akta Nomor 160, Akta pendirian PT Bank BNI Syariaiah, yang keduanya dibuat dihadapan Aulia Taufani, sebagai pengganti dari Sutjipto, Ntoris di Jakarta. Selanjutnya Akta pendirian tersebut telah memperoleh pengesahan melalui keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU-15574.AH.01.01. Tanggal 25 Maret 2010. Izin usaha diterbitkan oleh Bank Indonesia padatanggal 21 Mei 2010, melalui keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/kep.gbi/2010 tentang Pemberian Izin Usaha PT Bank BNI Syariah. selanjutnya BNI Syariah efektif beroperasi pada tanggal 19 Juni 2010.¹⁸

¹⁸ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> diakses pada tanggal 5 september 2019 pukul 20:30

Visi, Misi dan Tujuan BNI Syariah

1. Visi BNI Syariah

Visi BNI Syariah adalah “Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”.

2. Misi BNI Syariah

- Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3. Tujuan BNI Syariah

Tujuan utama manajemen PT. BNI Syariah dalam pengembangan Bank Syariah adalah dalam rangka menjadi universal Banking perlu mengakomodir kebutuhan masyarakat yang ingin mengeluarkan keuangannya melalui perbankan syariah serta sebagai alternatif dalam menghadapi krisis yang mungkin timbul di kemudian hari, mengingat kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah tidak terkena *negative spread* seperti yang dialami Bank-Bank konvensional.¹⁹

¹⁹ <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi> diakses pada tanggal 5 september 2019 pukul 20:32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Basim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

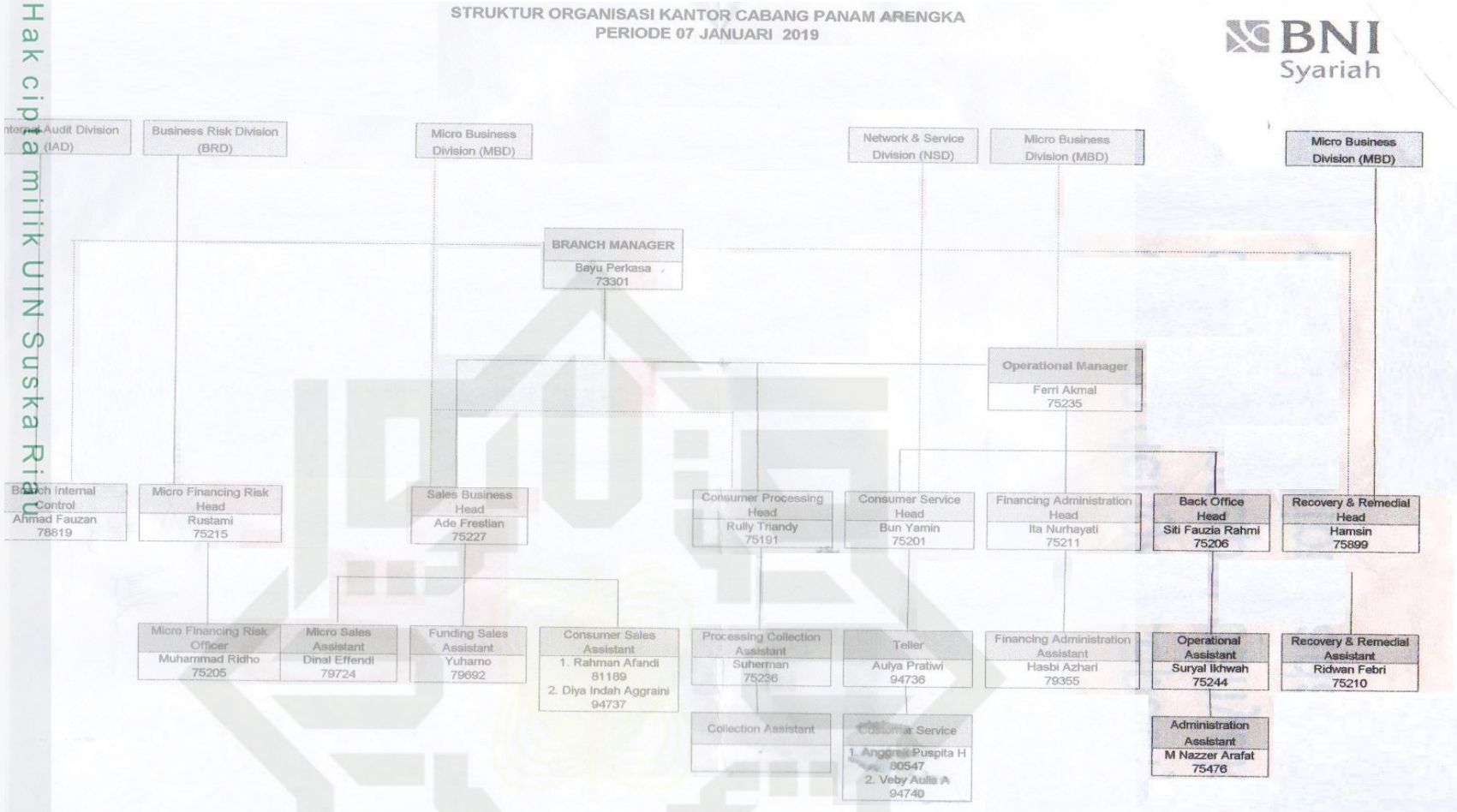
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Struktur Organisasi BNI Syariah Kc Panam Arengka

© Hak cipta miilik UIN Suska Riau

State Islamic Uni



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tan

Penjabaran Tugas Pada BNI Syariah Kc Panam Arengka

Susunan Personalia Bank BNI Syariah KC Panam Arengka berdasarkan struktur organisasi adalah sebagai berikut :

1. SBM (Sub Branch Manager)

Unit Kerja : KC

- b. Memeriksa, menandatangani dan memberikan otorisasi transaksi tunai di KC Pemda sesuai batas kewenangan
- c. Memeriksa dan menandatangani warkat permohonan pemindahbukuan, transfer, setoran kliring & jasa lainnya sesuai kewenangan
- d. Mengelola transaksi, layanan dan aktivitas keuangan
- e. Memberikan otorisasi atas transaksi non tunai Kantor Cabang sesuai batas kewenangan yang berlaku
- f. Menentukan kebutuhan likuiditas untuk transaksi Kantor Cabang
- g. Memastikan operasional bank berjalan sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku
- h. Memastikan fungsi pelayanan yang dilakukan baik dalam mengelola pembukaan, penutupan serta pemeliharaan dengan prinsip KYC.
- i. Menandatangani surat berharga sesuai batas kewenangan
- j. Memeriksa dan menandatangani permohonan pengadaan inventaris, kebutuhan logistik operasional dan kerumahtanggaan yang dibutuhkan Kantor Cabang
- k. Menerima laporan harian transaksi dari staf-nya dan memeriksa kesesuaiannya

© Hak cipta dan milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- l. Menandatangani Laporan Harian Transaksi dan laporan lainnya.
- m. Merencanakan dan mengimplementasikan strategi ekspansi bisnis cabang pembantu
- n. Mengimplementasikan strategi operasional cabang pembantu
- o. Merencanakan dan memonitor implementasi strategi penagihan dan penyelamatan pembiayaan bermasalah.

2. MFRO (Micro Financing Risk Officer)

Unit kerja : KC dan KCP

- a. Pemrosesan Permohonan Pembiayaan Mikro :
 - 1) Melakukan verifikasi data & kelengkapan dokumen permohonan pembiayaan mikro
 - 2) Melakukan pemeriksaan data sistem informasi debitur (SID) untuk pembiayaan mikro
 - 3) Memproses permohonan pembiayaan mikro melalui aplikasi dan mengelola validitas datanya
- b. Penilaian Jaminan Nasabah (Taksasi & Hertaksasi) :

Melakukan survei dan penilaian jaminan nasabah terkait proses permohonan pembiayaan mikro
- c. Penyelenggaraan Akad :
 - 1) Menyusun akad dan melakukan pengikatan nasabah
 - 2) Mengelola administrasi pembiayaan
 - 3) Melakukan permintaan pencairan pembiayaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3 Hak cipta milik UIN Suska Riau

SBH (Sales Business Head)

Unit kerja: KC dan KCP

Mendistribusikan target sales untuk produk dana, produk mikro, dan konsumen kepada seluruh sales di cabang/cabang pembantu. SBH menjalankan fungsi yang sama dengan posisi penyelia pemasaran cabang mikro.

4 Funding Sales

Unit kerja: KC dan KCP

- 1) Penjualan Produk Dana & Layanan Transaksional : Melakukan kunjungan & presentasi produk untuk calon nasabah
- 2) Pembinaan Hubungan Dengan Nasabah :
 - a) Melakukan kunjungan dan komunikasi rutin kepada nasabah eksisting
 - b) Melakukan identifikasi kebutuhan dan keluhan nasabah terkait produk dana dan layanan transaksional

5 Consumer Sales

Unit kerja: KC dan KCP

- a. Penjualan Produk Pembiayaan Konsumer :
 - 1) Bertemu nasabah/calon nasabah, khususnya nasabah institusi/lembaga untuk presentasi produk pembiayaan konsumen
 - 2) Menyusun draft Perjanjian Kerjasama (PKS).
 - 3) Berkoordinasi dengan unit kerja terkait pemrosesan permohonan pembiayaan konsumen

- 4) Melakukan pengumpulan dokumen yang diperlukan untuk proses permohonan pembiayaan consumer
 - 5) Melakukan entry data nasabah ke sistem EFO sesuai ketentuan
 - 6) Melakukan pemantauan terhadap NPF & PRE NPF dan melaporkan kepada collection untuk dicarikan solusinya
- b. Cross & Up Selling :
- 1) Menjalankan program promosi kartu kredit yang dirancang kantor pusat melalui seluruh media promosi yang ada
 - 2) Melakukan pengumpulan aplikasi pengajuan dan dokumen pendukung
 - 3) Melakukan verifikasi awal calon nasabah mencakup wawancara calon nasabah, memeriksa kelengkapan persyaratan dokumen nasabah, serta verifikasi data pokok nasabah d. Melakukan entry data nasabah ke sistem EFO

6 Micro Sales

Unit kerja KC dan KCP

a. Penjualan Produk Pembiayaan Mikro :

- 1) Melakukan kunjungan nasabah (survei maupun canvassing)
- 2) Mengumpulkan dokumen nasabah, mengisi checklist kelengkapan data nasabah dan menyerahkan kelengkapan dokumen ke penyelia
- 3) Bersama dengan Penyelia Pemasaran dan Pemimpin Unit Mikro melakukan akad d. Melengkapi dokumen untuk diserahkan ke notaris

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Cross & Up Selling
 - 1) Melakukan kunjungan rutin ke nasabah
 - 2) Menyusun logbook dan laporan kunjungan harian untuk diserahkan ke Penyelia Pemasaran dan Pemimpin Unit Mikro

7. Processing & Collection Assisstant (PCA)

Unit kerja : KC dan KCP

- a. Pemrosesan Permohonan Pembiayaan Consumer :
 - 1) Menerima aplikasi permohonan pembiayaan calon nasabah dari Consumer Sales Unit
 - 2) Memeriksa kelengkapan aplikasi pemohon
 - 3) Melakukan verifikasi data yang ada di sistem dengan aplikasi pemohon dan dokumen penunjang termasuk menganalisa kontinuitas perusahaan tempat pemohon bekerja, kondisi dan legalitas jaminan, bonafiditas developer, dan repayment capacity pemohon
 - 4) Menyampaikan kekurangan data atau hal-hal yang harus dilengkapi atau ditindaklanjuti oleh Consumer Sales Unit / Nasabah untuk diproses lebih lanjut
 - 5) Melakukan entry data ke sistem EFO dan pre-screening pada sistem informasi nasabah pembiayaan (SID) BI, seta melakukan analisa BI Checking
 - 6) Mengembalikan aplikasi permohonan pembiayaan ke Consumer Sales Unit jika terdapat kekurangan data atau halhal yang harus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- dilengkapi atau ditindaklanjuti namun tidak dipenuhi oleh Consumer Sales Unit
- 7) Melengkapi persyaratan pencairan pembiayaan sesuai checklist yang disiapkan oleh Unit Operasional.
 - 8) Membuat memo dalam aplikasi kepada unit operasional saat diperlukan revisi syarat pencairan setelah adanya keputusan.
- b. Pelaksanaan Taksasi & Hertaksasi atas Jaminan Calon Nasabah:
- 1) Berkoordinasi dan melaksanakan survey taksasi dan plotting jaminan
 - 2) Membuat laporan penilaian agunan antara lain Berita Acara Taksasi, Plotting Jaminan, dan call memo
 - 3) Melakukan proses input hasil taksasi ke dalam sistem EFO pada menu appraisal
 - 4) Melakukan order dan tawar menawar terkait harga pihak ketiga
 - 5) Melaksanakan survey taksasi dan plotting jaminan
 - 6) Melakukan review, koordinasi, dan konfirmasi hasil KJPP bila diperlukan
 - 7) Membuat laporan penilaian agunan antara lain Berita Acara Taksasi, Plotting Jaminan, dan call memo
 - 8) Melakukan validasi hasil KJPP
 - 9) Memproses pengajuan banding hasil KJPP
- c. Penagihan Nasabah Konsumer Kol. 1 & 2 (Follow Up Dunning Collection Kantor Pusat) :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Melakukan monitoring pembiayaan bermasalah dan melakukan follow up cabang kelolaan
- 2) Melakukan site visit (hard collection) kepada nasabah jika reminder call dinilai tidak efektif dalam proses monitoring dan penagihan
- 3) Memproses pengalihan pengelolaan nasabah pembiayaan konsumen kepada Recovery & Remedial unit di cabang sesuai ketentuan berlaku
- d. Penyelamatan Pembiayaan Nasabah:
 - 1) Menerima permohonan R3 (Restrukturisasi, rekondisi, reschedule) dari nasabah
 - 2) Menyusun advis permohonan R3 (Restrukturisasi, rekondisi, reschedule) untuk diputus sesuai limit dan kewenangan yang berlaku
 - 3) Menerima usulan penggantian/pelepasan jaminan pembiayaan dari nasabah
 - 4) Menyusun advis usulan penggantian / pelepasan jaminan pembiayaan untuk diputus sesuai limit dan kewenangan yang berlaku
- e. Pemrosesan Pengajuan PSJT Nasabah :

Menerima usulan PSJT (Proses Pelunasan Sebelum Jatuh Tempo) dan melakukan perhitungan PPTM (Potongan Pelunasan Tagihan Murabahah) sesuai limit & kewenangan yang berlaku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Laporan Kolektibilitas Nasabah :
 - 1) Membuat laporan pengajuan perubahan kolektibilitas sebelum pukul 12.00 WIB setiap tanggal 1 pada awal bulan
 - 2) Melakukan perubahan kolektibilitas melalui sistem pada hari yang sama
 - 3) Menyusun laporan terkait perkembangan kualitas pembiayaan konsumtif, portfolio pembiayaan dan posisi Pra NPF & NPF cabang kelolaan

Operational Service Head

Unit kerja : KC

- a. Menjalankan pemantauan pekerjaan pelayanan nasabah, meliputi:
 - 1) Layanan terkait produk dana dan transaksional BNI Syariah
 - 2) Layanan Teller
 - 3) Cross Selling
 - 4) Pengelolaan data
 - 5) Pengelolaan Kas
 - 6) Layanan Permohonan gadai / Kepemilikan emas dan cash collateral financing
- b. Melakukan pekerjaan administrasi pembiayaan (diluar keputusan pencairan, dan pelaksanaan pencairan pembiayaan):
 - 1) Review Surat Keputusan Pembiayaan Konsumer
 - 2) Penyelenggaraan akad pembiayaan Konsumer
 - 3) Penutupan Asuransi Nasabah dan Agunan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Checklist Pencairan Pembiayaan konsumen dan produktif
- 5) Monitoring rekening pembiayaan konsumen & produktif
- 6) Pengelolaan Administrasi dan Dokumentasi pembiayaan konsumen & produktif
- 7) Pelaporan
- c. Melakukan pekerjaan operasional cabang:
 - a. Operasional SKNBI (Kliring)
 - d. Melakukan pekerjaan operasional umum cabang:
 - 1) Administrasi Dokumen Cabang
 - 2) Pengadaan & Logistik
 - 3) Pemeliharaan Kantor Cabang
 - e. Melakukan administrasi transaksi pick up service terbatas pungutan uang angsuran nasabah-nasabah mikro

9. Customer Service (CS)

Unit Kerja : KC dan KCP

- a. Layanan terkait produk dana / jasa BNI Syariah
 - 1) Memberikan layanan informasi mengenai produk dana/jasa Bank BNI Syariah, termasuk fitur, keuntungan, risiko dan ketentuannya.
 - 2) Melaksanakan proses pencatatan dan pemeliharaan dokumen terkait layanan pembukaan, perubahan, dan penutupan rekening giro/ tabungan/ deposito

- 3) Menyelesaikan dan menanggapi pengaduan nasabah terkait produk dana/jasa beserta transaksinya yang datang ke CS serta melaporkan dan memantau penyelesaiannya ke unit pengelola
- 4) Memonitor proses input register dan review secara berkala atas permintaan dan pemberian buku Cek/Giro Bilyet dan Kartu ATM/PIN
- 5) Melakukan verifikasi dan validitas data nasabah / calon nasabah dan memantau serta melaporkan transaksi nasabah yang termasuk transaksi mencurigakan
- 6) Menyusun dan memelihara dokumen terkait laporan pajak bagi hasil/bonus Giro iB, tabungan iB, dan deposito iB.
- 7) Melaksanakan input register pengaktifan, perubahan dan penutupan Layanan e-banking serta penanganan pengaduan lainnya terkait e-banking berikut memantau penyelesaiannya.
- 8) Menjalankan prinsip APU & PPT dalam bertransaksi
 - b. Cross Selling : Melaksanakan pemasaran dana dan pembiayaan cross/up selling, berkoordinasi dengan Sales Unit.
 - c. Pengelolaan data : Membuat pelaporan–pelaporan terkait data nasabah dan standar layanan dan aktifitas transaksional cabang dalam rangka memastikan keakuratan data nasabah BNI Syariah
 - d. Layanan Permohonan gadai / Kepemilikan emas dan Cash Collateral Financing:

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Melaksanakan penyelenggaraan administrasi/file kegiatan pemasaran.
- 2) Melakukan verifikasi data nasabah.
- 3) Melakukan perhitungan hasil penilaian barang titipan atas pembiayaan gadai
- 4) Menyusun analisa, mengusulkan permohonan produk gadai, kepada Operational Manager/SBM dan memantau penyelesaian administrasinya.
- 5) Membuat pelaporan aktivitas transaksi produk gadai.

10. Teller

a. Layanan terkait transaksi dana :

- 1) Melaksanakan aktivitas layanan transaksi kas/tunai, setoran, penarikan, pemindahbukuan, kliring, RTGS serta transaksi keuangan lainnya kepada nasabah sesuai dengan standar layanan yang ditetapkan
- 2) Melaksanakan pemantauan aktivitas transaksi kliring dan RTGS baik secara tunai maupun pemindahbukuan
- 3) Membantu pelaksanaan penutupan rekening giro/tabungan/deposito atas permintaan asisten pelayanan nasabah mikro (dhi. Customer Service cabang mikro) dan persetujuan penyelia pelayanan nasabah kantor cabang mikro
- 4) Melakukan pemeriksaan validitas atas verifikasi tanda tangan, slip dan validasi transaksi nasabah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- 5) Meminta persetujuan pejabat berwenang atas transaksi di atas batas wewenangnya
- 6) Melakukan administrasi transaksi pick up service terbatas pada pungutan angsuran nasabah-nasabah mikro.

b. Pengelola Kas

- 1) Memantau posisi kas kecil di Cabang sesuai dengan kewenangannya
- 2) Membantu pengelolaan kas melakukan pencatatan mutasi kas besar.

1 Collection & Remedial Assisstant

Melakukan penyelamatan pembiayaan konsumen untuk golongan kolektibilitas 3-5 (dengan fungsi yang sama seperti pada cabang regular) dan pembiayaan mikro untuk golongan kolektibilitas 2-5.²⁰

E. Jenis-jenis Produk dan Jasa

1. Produk Individu

a. IB Hasanah Card

Merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi seperti kartu kredit berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) nomor S4/DSN-MUI/IX/2006 tentang Syariah Card.

b. Griya IB Hasanah

Merupakan fasilitas pembiayaan yang merenovasi rumah termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah *indent*, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan

²⁰ Petunjuk Pelaksanaan Transformasi Kantor Cabang (KC) dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Semi Reguler BNI Syariah. Hal. 4-30

pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon nasabah.

c. Gadai Emas IB Hasanah

Disebut juga pembiayaan *rahn* merupakan penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan berserta aksesorisnya) dan nasabah kepada bank sebagai angunan atas pembiayaan yang diterima.

d. Talangan Haji IB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan setoran awal Biaya penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Departemen Agama, untuk mendapat nomor *seat* porsi haji dengan menggunakan akad *ijarah*. Talangan Haji IB Hasanah dapat diberikan kepada nasabah yang sudah memiliki Tabungan IB THI Hasanah

Keunggulan-keunggulan THI Hasanah dalam Nasabahnya yaitu:

- 1) Bebas biaya administrasi, biaya pembukaan rekening, biaya pengelolaan rekening maupun biaya rekening.
- 2) Calon haji ditutup asuransi kecelakaan diri dan kematian.
- 3) Dapat melakukan setoran dan penarikan diseluruh Cabang /Capem BNI dan BNI Syariah (*on-line*).

Persyaratan THI Hasanah dalam Nasabahnya yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Yang dapat menjadi penabung THI Hasanah adalah setiap lapisan masyarakat secara perorangan /pribadi yang mempunyai niat untuk menunaikan ibadah haji dengan terencana.
- 2) Rencana keberangkatan tersebut langsung didaftar dalam SISKOHAT dan dinyatakan sah.
- 3) Pendaftaran dilakukan di Kandepag Kabupaten /Kodya domisili haji yang bersangkutan, dengan terlebih dahulu mendaftarkan diri sebagai penabung THI.
- 4) Calon Nasabah membuka rekening THI Hasanah di Cabang/Capem BNI Syariah penerima setoran (BPS), Biaya Perjalanan Haji (BPH) tersambung SISKOHAT dan domesili Nasabah. Hal ini diperlukan Departemen Agama dalam pembuatan paspor dan mengatur keberangkatan haji.
- 5) Setoran pertama dan merupakan saldo minimum sebesar Rp. 1.000.000,-
- 6) Setoran pertama diatas merupakan setoran awal BPH untuk menunaikan ibadah haji sesuai tahun yang dikehendaki diblokir oleh sistem (tidak dapat ditarik).
- 7) Setoran lanjutan minimal Rp. 5.000,-

2. Tabungan IB THI Hasanah

Tabungan iB Hasanah didesain untuk membantu individu dalam merencanakan pemenuhan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Tabungan IB Hasanah

Tabungan iB Hasanah hadir untuk memenuhi kebutuhan anda dalam mengelola dan serta melakukan transaksi sehari-hari. Tabungan iB Hasanah dilengkapi dengan kartu ATM yang berfungsi juga sebagai kartu debit yang dapat dipergunakan untuk bertransaksi pada *merchant* berlogo *Master Card* di seluruh dunia. Selain itu, tabungan iB Hasanah juga dapat diakses melalui *internet banking*, *SMS banking*, dan *phone banking*. Tabungan iB Hasanah dapat dibuka, ditarik, dan setor di seluruh cabang BNI.

4. Tabungan IB Prima Hasanah

Tabungan iB Hasanah adalah produk turunan dari Tabungan iB Hasanah yang ditujukan untuk individu yang menginginkan layanan lebih dan diberikan fasilitas *executive lounge* di bandara kota-kota besar di Indonesia.

5. Tabungan IB Tapenas Hasanah

Tabungan iB Tapenas Hasanah adalah tabungan perencanaan dalam mata uang Rupiah yang digunakan untuk mewujudkan rencana masa depan, misalnya untuk dana pendidikan, umroh, pernikahan dan liburan.

6. Multiguna IB Hasanah

Fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan angunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) dan atau asset tetap tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan dalam syariah Islam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Oto IB Hasanah

Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabaha yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.

Produk Usaha Kecil

1. Tabungan IB Bisnis Hasanah

Produk yang ditujukan untuk usaha kecil atau usaha perorangan yang menginginkan catatan mutasi rekening yang lebih detail dalam buku tabaungan. Tabungan iB Bisnis Hasanah dilengkapi dengan kartu ATM yang berfungsi juga sebagai kartu debit yang dapat dipergunakan untuk bertransaksi pada *merchant* berlogo *masterCard* di seluruh dunia. Selain itu, Tabungan iB Bisnis Hasanah juga dapat diakses melalui *internet banking*, *SMS banking*, dan *Phone Banking*. Tabungan iB Hasanah dapat dibuka, tarik, dan setor di seluruh cabang BNI. Tabungan ini dilengkapi dengan fasilitas *executive lounge*.

2. Giro IB Hasanah

Jenis simpanan yang dapat dimanfaatkan oleh nasabah dengan menggunakan fasilitas cek, bilyet giro sebagai alat pembayaran yang akan memudahkan dan menjaga nilai kemurnian laju dan transaksi bisnis. Dengan prinsip *Wadi'ah Yad Dhamanah* dapat memberikan segala kemudahan dan ketentraman bertransaksi giro dalam bingkai syariah.

Wadi'ah Yad Dhamanah merupakan titipan dana murni yang dengan seizin dari pemilik dan dapat dioperasikan oleh Bank untuk dapat mendukung

sektor riil dengan jaminan bahwa dana dapat ditarik sewaktu-waktu oleh pemilik dana (dengan menggunakan media cek atau bilyet giro).

Adapun keunggulan produk giro syariah didalam bank BNI Syariah terhadap nasabahnya, yaitu:

- a. Meningkatkan citra perusahaan maupun perorangan.
- b. Pembayaran dilaksanakan dengan cepat dan tepat.
- c. Mendapat bonus yang besarnya ditentukan oleh Bank dan tidak diperjanjikan dimuka.
- d. Untuk giro perorangan dapat diberikan kartu ATM Syariah Prima dan penarikannya dapat dilakukan di ATM BNI.
- e. Fasilitas Phone Banking 24 jam: layanan informasi dan mutasi rekening, layanan transaksi, layanan pengaktifan/perubahan PIN, layanan *otodebet, bill payment*.

Persyaratan produk giro didalam Bank BNI Syariah yaitu:

- a. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening.
- b. Menyerahkan foto copy identitas diri (KTP/Paspor).
- c. Menyerahkan foto copy Akta pendirian/Anggaran Dasar Perusahaan (Notaril) bila telah mengalami perubahan untuk nasabah perusahaan.
- d. Menyerahkan foto copy NPWP.
- e. Menyerahkan surat referensi dari:
- f. Pejabat Bank Syariah berwenang.
- g. Bank/bank syariah lain bahwa yang bersangkutan telah memiliki rekening.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- h. Setoran pertama sebesar Rp. 1.000.000,- untuk nasabah perusahaan dan Rp. 500.00,- untuk nasabah perorangan.
- i. Tidak termasuk dalam daftar hitam (*black list*) BI.

3. Wirausaha IB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha-usaha produktif (modal kerja dan investasi) yang tidak bertentangan dengan syariah dan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.

4. Tunas Usaha IB Hasanah

Pembiayaan modal kerja dan atau investasi yang diberikan untuk usaha produktif yang *fleksible* namun belum *bankable* dengan prinsip syariah dalam rangka mendukung pelaksanaan instruksi Presiden nomor 6 tahun 2007.

5. CCF IB Hasanah

Pembiayaan yang dijamin dengan *cash* yaitu dijamin dengan simpanan/investasi dalam bentuk deposito, giro, dan tabungan yang diterbitkan BNI Syariah.

6. *Linkage* Program IB Hasanah

Fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan *executing* kepada lembaga Keuangan Syariah (LKS) seperti BMT, BPRS, KJKS dan lainnya untuk disalurkan kepada *end user* (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syariah). Kerjasama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui lembaga pendamping.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Kopkar. Kopeg IB Hasanah

Fasilitas pembiayaan mudharabah produktif dimna BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola *executing* kepada koperasi karyawan (Kopkar)/ Koperasi pegawai (Kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah kepada *end user*/ karyawan.

8. Usaha Kecil IB Hasanah

Pembiayaan Syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha kecil berdasarkan prinsip-prinsip pembiayaan syariah.

a. Produk Institusi

1) Usaha Besar IB Hasanah

Pembiayaan syariah yang digunakan untuk tujuan produktif (modal kerja maupun investasi) kepada pengusaha berbadan hukum yang berada pada skala menengah dan besar dalam mata uang Rupiah maupun vlas.

2) Sindikasi IB Hasanah

Pembiayaan yang diberikan oleh BNI Syariah bersama dengan perbankan lainnya untuk membiayai suatu proyek atau usaha yang berskala sangat besar dengan syarat-syarat dan ketentuan yang sama, menggunakan dokumen yang sama dan diaminstarasikan oleh agen yang sama pula.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3) *Multifinance* IB Hasanah

Merupakan pola kerjasama pemasaran dengan *dealer* dilatarbelakangi dengan pola *executing*, kepada multifinance untuk usahanya di bidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip syariah.

4) Pembiayaan Krejasama dengan Dealer IB Hasanah

Pola kerjasama pemasaran dengan *dealer* dilatarbelakangi oleh adanya potensi pembiayaan kendaraan bermotor secara kolektif yang melibatkan *end user* dalam jumlah yang cukup banyak.

5) Fleksi IB Hasanah

Kerjasama dengan perusahaan, lembaga/instansi dalam rangka pembiayaan kepada pegawainya. Dalam kerjasama ini perusahaan pendebetn gaji untuk kepentingan angsuran pegawai.

6) *Cash Management*

Jasa pengelolaan seluruh rekening seperti *corporate interent banking* yang dapat digunakan oleh perusahaan/lembaga/instansi. Produk ini dilengkapi dengan fasilitas *virtual account*.

7) *Payment Center*

Kerjasama BNI Syariah dengan perusahaan dalam hal jasa penerimaan pembayaran untuk kepentingan perusahaan. Jasa ini dapat digunakan untuk penerimaan pembayaran uang kuliah tagihan listrik dan sebgainya.

8) *Payrol* Gaji

Layanan pembayaran gaji yang dilakukan oleh BNI Syariah atas dasar perintah perusahaan/instansi pembayran gaji untuk mendebet rekeningnya dan mengkredit rekening karyawannya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.²¹ Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu siasat perang atau akal (tipu muslihat) untuk mencapai suatu maksud.²² Strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.²³

Suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya serta dalam menghadapi persaingan bisnis sebaiknya mempunyai strategi-strategi yang diterapkan di dalam perusahaan agar mampu bertahan dan bersaing dengan pembisnis lainnya. Selain itu dengan menetapkan suatu strategi perusahaan juga harus memperhatikan faktor apa saja yang dapat ditetapkan sebagai kebijakan perusahaan dengan benar. Adapun pengertian strategi yang dikemukakan oleh beberapa tokoh, antara lain:

Strategi menurut Chandler merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting

²¹ Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Bahasa, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012, Hal. 1340

²² W.J.S Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, cet. 6, Jakarta: Balai pustaka, 1983, Hal. 956.

²³ Kashmir, Kewirausahaan, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006, hlm. 171.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

untuk mencapai tujuan tersebut²⁴. Strategi juga bisa dipahami sebagai segala cara dan daya untuk menghadapi sasaran tertentu dalam kondisi tertentu agar memperoleh hasil yang diharapkan secara maksimal.²⁵ Strategi menurut Kenneth Andrew adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting penting untuk mencapai tujuan tersebut yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dijalankan perusahaan dan menjadi jenis dari perusahaan tersebut.

2) Pengertian pemasaran

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir. Pemasaran adalah proses perencanaan, pemikiran dan pelaksanaan konsepsi, pricing, promosi serta pendistribusian barang atau jasa dalam menciptakan pertukaran untuk mencapai tujuan atau sasaran perusahaan.²⁶

Dewasa ini pemasaran memegang peranan penting dalam perusahaan apalagi dalam perekonomian bebas, orang bebas memproduksi barang dan membeli yang mereka suka. Dengan demikian semakin terasa bagaimana sulitnya usaha dari pihak perusahaan untuk memasarkan barang atau jasa yang diproduksinya untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Hal tersebut juga didukung dengan banyaknya persaingan yang semakin meningkat dalam pemasaran produk yang ada. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan bagi pihak konsumen.

²⁴Rangkuti Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Gramedia Pustaka: Jakarta, 1997) Hal.4

²⁵M. Arifin, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008) Hal. 39

²⁶Herry Sutanto dan Khaerul umam, *Manjemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013) Hal. 38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disamping itu apabila perusahaan ingin menyediakan kebutuhan konsumen maka harus menciptakan produk yang berkualitas. Inovasi menentukan cara promosi, penyaluran produk tersebut secara efektif dan efisien.²⁷

Sunarto mendefinisikan pemasaran adalah proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan memepertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.²⁸

Pemasaran merupakan kegiatan perusahaan di dalam membuat perencanaan, menentukan harga, produk, mendistribusikan barang dan jasa, serta promisi. Adapun proses pemasaran meliputi 6 tahap yaitu:

- a. Analisis kesempatan pasar.
- b. Pemilihan pasas sasaran.
- c. Strategi peningkatan posisi persaingan.
- d. Pengembangan sistem pemasaran.
- e. Penyusunan rencana pemasaran, dan
- f. Penerapan rencana dan pengendaliannya.²⁹

3. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing berkesenambungan melalui pasar pasar yang dimasuki dan program

²⁷Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2004) Hal.339

²⁸Sunarto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004) Hal.4

²⁹Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017 cet 2) Hal.

pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran dipandang sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun rencana usaha, termasuk rencana pemasaran.³⁰

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

Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis keunggulan dan kelemahan perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.³¹

Adapun hal yang perlu dipertimbangkan dalam strategi pemasaran Paling tidak terdapat dua variabel yang harus menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan strategi pemasaran, yaitu: Segmentasi pasar, Anggaran pemasaran, Waktu (*time table*), Bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) merupakan komponen-komponen yang di manfaatkan oleh manajemen di dalam kegiatan penjualan, menurut

³⁰ *Ibid.* Hal 281

³¹ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004) Hal. 169

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hermawan Kertajaya bahwa pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P (*Product, Price, Place, Promotion*).³²

Bauran Pemasaran (**MARKETING MIX**)

Bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendali (produk, harga, tempat dan promosi) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran. Pengertian lain bauran pemasaran yakni strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini untuk mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Dalam dunia perbankan, bauran pemasaran menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank.

Dalam ilmu marketing kita mengenal konsep klasik *marketing mix* untuk melakukan penetrasi pasar, yaitu untuk menembus pasar perlukan beberapa strategi terhadap berbagai komponen yang terdiri 4P, yaitu Produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Sementara menurut Boom dan Bitner menambah dalam bisnis jasa, bauran pemasaran di tambah 3P yaitu Orang (*people*), bukti fisik (*physical Evidence*), proses (*Process*). Dari penjelasan ini, bahwa dapat disimpulkan secara keseluruhan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk produk jasa digabungkan menjadi 7P. Menganalogikan strategi perbankan syariah berdasarkan konsep *marketing mix* merupakan hal yang

³² Amin Abdullah, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007) hal. 59-62

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sangat menarik dan merupakan keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah.³³ 7P yaitu

1. Produk (*Product*)

Dalam definisi luas, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar sebagai daya tarik, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang bisa memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk tidak hanya meliputi objek-objek fisik tetapi juga jasa, acara, orang, tempat, organisasi, ide, atau campuran entitas-entitas

Produk adalah pemahaman produsen atau “sesuatu” baik yang berwujud fisik maupun tidak, yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pendapat lain mengatakan bahwa produk merupakan keseluruhan obyek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Dan perlu diperhatikan bahwa dalam produk konsumen tidak hanya membeli benefit dan value dari produk tersebut.

Dari dua definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa produk adalah suatu barang baik secara fisik atau tidak yang akan kita jual kepada konsumen dan memiliki label atau (brand) yang ditawarkan dalam produk tersebut. Produk akan terus berkembang sesuai kebutuhan yang ada di masyarakat dan perkembangan teknologi. Dengan cara melihat pangsa pasar dan menganalisa kebutuhan dari keinginan masyarakat terhadap produk

³³ Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Op.cit.*, Hal 73

yang akan digunakan, sehingga bisa memberikan nilai yang bermanfaat (kualitas yang baik) kepada konsumen atas produk yang kita tawarkan.

Untuk menarik konsumen agar produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka perlu strategi dalam mengembangkannya, adapun strategi dalam mengembangkan produk, Sebagai berikut:

a. Penentuan Logo dan Moto

Logo merupakan ciri khas dari suatu bank sedangkan moto adalah kata yang mendorong bank dalam melayani kebutuhan masyarakat. Maka dari itu logo dan moto harus dirancang dengan benar sehingga masyarakat atau nasabah bisa dengan mudah ingat.

b. Menciptakan merek

Jasa yang di tawarkan oleh bank perlu diberi merek tertentu. Merek bisa berupa, simbol, istilah, nama, desain atau kombinasi dari semuanya, yang melambangkan suatu lembaga tersebut, sehingga merek satu lembaga dengan lembaga lain hampir tidak ada merek yang sama. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam pembuatan merek:

- 1) Mudah diingat
- 2) Terkesan hebat dan modern
- 3) Memiliki arti (dalam arti positif)
- 4) Menarik perhatian

c. Menciptakan Kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Namun dalam dunia perbankan, kemasan diartikan pemberian pelayanan atau jasa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada para nasabah, pembungkus dalam bidang jasa, misalnya buku tabungan, cek, bilyet.

d. Keputusan Label

Label merupakan bagian dari kemasan, yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan. Dalam lembaga perbankan biasanya tercantum cara penggunaan, misalnya pada kartu ATM. Dalam pembuatan produk, tentu konsumen harus mengetahui manfaat produk yang akan ditawarkan, sebagai berikut:

- 1) Karakteristik produk yakni kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsinya, kemampuan daya tahan, desain, dan kreatifitas.
- 2) Produk sebagai kumpulan keuntungan yakni hasil suatu produk yang dibeli bisa jadi keunggulan, dilengkapi berbagai macam fitur dalam produk untuk menunjang kegiatan nasabah. Adanya aplikasi mobile banking sehingga banyak memberikan keuntungan kepada nasabah tanpa perlu terlibat langsung dengan karyawan.
- 3) Produk sebagai pemuas nilai yakni menambah nilai bagi pelanggan, manfaat dari produk tersebut yang menciptakan kepuasan terhadap konsumen, dengan kemudahan dioperasional dan diperbaiki jika terjadi kerusakan. Kartu ATM yang ketelan saat melakukan transaksi, nasabah hanya perlu mengkonfirmasi dengan pihak bank, dengan itu customer service bisa memblokir dan membuatkan ATM yang baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

 2. Harga (*price*)

Harga merupakan jumlah yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk yang ia inginkan. Sebuah perusahaan menegosiasikan harga dengan masing-masing pelanggan, dengan menawarkan diskon, menghitung biaya produksi. Untuk menyesuaikan harga dengan penjual lain sehingga membawa produk agar sejalan dengan persepsi pembeli, sehingga mereka menganggap harga yang ditetapkan sesuai dengan hasil atau barang yang didapatkan. Serta harga yang sama dalam satu lingkungan juga dianggap wajar.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa dapat disimpulkan harga adalah suatu cerminan dari nilai. Harga salah satu aspek yang paling penting kegiatan pemasaran.¹³ Bagi perbankan yang berprinsip syariah adalah bagi hasil. Sedangkan bagi perbankan konvensional harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya sewa, biaya tagih dan lain sebagainya.

Dengan adanya penentuan harga, maka akan menjadi mudah. Ketika jasa yang dihasilkan oleh perbankan syariah mampu memberikan nilai tambah (keuntungan) lebih dari perbankan konvensional pada saat ini, artinya harga yang ditawarkan oleh perbankan syariah mampu bersaing, bahkan berhasil mengungguli perbankan konvensional.

 3. Tempat/ Lokasi (*Place*)

Penentuan lokasi yang tepat menjadi sangat penting, apalagi bagi lembaga perbankan. Dalam persaingan yang ketat penentuan lokasi

mempunyai pengaruh cukup signifikan dalam aktivitas menghimpun dana dari masyarakat serta menyalurkan pembiayaan kembali kepada masyarakat. Karena dengan lokasi yang tepat, masyarakat akan mengetahui keberadaan lembaga perbankan tersebut, sehingga lokasi juga salah satu peranan penting dalam strategi pemasaran.

Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Pengertian lain dari lokasi yaitu jejaring (*net working*) dimana produk dan jasa yang disediakan bank dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.

Bagi sebuah perusahaan apalagi perbankan pemilihan suatu lokasi sangat penting, dalam menentukan lokasi pembukaan kantor cabang atau kas, termasuk peletakan ATM. Dengan penempatan fasilitas yang tepat, membuat pertimbangan bagi pengguna untuk memakai jasa bank tersebut. Bank harus mampu melihat sasaran pasar yang akan dituju sesuai dengan *core business* dari perusahaan, bisa memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

Dalam perbankan Indonesia terkaitnya dengan office channeling merupakan salah satu bentuk dari bauran pemasaran pada perbankan syariah dalam hal strategi untuk mengatasi keterbatasan tempat dan jaringan yang dimiliki.¹⁸ Untuk menjalankan kegiatan operasional bank, dengan itu lokasi bank harus strategis agar nasabah maupun masyarakat bisa dengan mudah bertransaksi. Pemilihan lokasi tergantung keperluan, seperti:

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Lokasi untuk kantor pusat.
- b. Lokasi untuk kantor wilayah.
- c. Lokasi untuk kantor cabang
- d. Kantor kas
- e. Mesin-mesin ATM.

Sedangkan lokasi dalam pemilihan dan penentuan lokasi suatu bank, ada hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

- a. Dekat dengan lokasi pasar. Keputusan pembukaan kantor cabang atau kas dekat dengan pasar. Sehingga pedagang bisa mudah bertransaksi dalam bisnis sehingga tidak terlalu khawatir dengan uang tunai.
- b. Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat. Mempermudah masyarakat dalam bertransaksi dengan kantor cabang, sehingga tidak terjadi kesulitan untuk bertransaksi.
- c. Dekat dengan kawasan industri dan pabrik. Mempertimbangkan pembukaan kantor dikawasan industri, agar bisa menawarkan fasilitas tabungan bagi karyawan atau jasa lainnya.
- d. Dekat dengan perkantoran. Yang menjadi target atau tolak ukur adalah karyawan kantor dan kantor. Untuk karyawan kantor bisa melakukan penabungan pada bank yang dekat dengan lokasi kantor, sedangkan untuk perkantoran sendiri menawarkan sistem pembayaran gaji karyawan secara otomatis (*payroll*) kepada kantor atau perusahaan.

e. Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada di suatu lokasi. Jika lokasi yang dipilih sudah padat dengan lembaga keuangan lainnya, sehingga nantinya akan sulit memperluas market share suatu lembaga.

Setelah penempatan lokasi, selanjutnya menentukan layout gedung dan

layout ruang kantor. Dengan ruangan dan gedung yang tidak nyaman

membuat nasabah bosan, bila berhubungan dengan bank. Karena layout ini

saling berhubungan demi kenyamanan dan keamanan nasabah.

4 Promosi (*Promotion*)

Promosi bukan hanya sekedar alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat dalam mempengaruhi konsumen agar terjadinya pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Sedangkan menurut pendapat lain bahwa promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Tanpa promosi, jangan harap nasabah dapat mengenal bank.

Berdasarkan defenisi di atas promosi merupakan komunikasi. Dengan menunjukan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mempromosikan kebaikan produk, membujuk dan mengingatkan para pelanggan dan konsumen agar membeli produk tersebut. Karena dengan kita mempromosikan suatu barang, bisa mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, karena disinilah terjadinya pembelian dan penjualan atas ketertarikan produk atau jasa yang dipromosikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan adanya promosi konsumen bisa mengetahui tentang produk tersebut dan akhirnya akan memutuskan untuk membelinya. Dengan target pasar yang berbeda-beda suatu perusahaan harus bisa memutuskan kegiatan promosi yang tepat bagi suatu produk atau jasa. Serta menyesuaikan dengan anggaran promosi yang dimiliki perusahaan. Ada empat sarana promosi yang dapat digunakan:

- a. Periklanan (*advertising*). Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank untuk menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Adapun cara yang bisa dilakukan, yakni: Pemasangan billboard di jalan yang strategis, pencetakan brosur, dengan menyebarkan di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, pemasangan spanduk dan lain sebagainya. Yang bisa menarik minat calon nasabah.
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*). Dengan tujuan promosi penjualan untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan yang bisa dilakukan bagi bank adalah, pemberian insentif kepada nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu, pemberian souvenir kepada nasabah yang loyal dan lain sebagainya, potongan harga disaat hari tertentu.
- c. Publisitas (*publicity*). Untuk memberikan citra yang baik bisa dilakukan dengan mengadakan kegiatan sosial, mengikuti event-event, menjadi sponsor perlombaan cerdas cermat, melakukan seminar produk ke

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

instansi-instansi. Sehingga bisa meningkatkan pamor bank, baik secara langsung atau tidak.

- d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*). Usaha yang dilakukan masing-masing karyawan bank dalam melayani dan mempengaruhi nasabah. Dalam hal ini yang berpengaruh besar yaitu *customer service*.

5 Orang (*People*)

Orang merupakan semua pelaku yang memainkan perana dalam penyajian jasa.²⁴ Bisa mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Dalam mencapai kualitas jasa yang baik, perlu diberikan pelatihan, motivasi kepada staf sehingga karyawan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan definisi di atas, orang adalah karyawan (SDM) menjadi penting (*vital*) dalam sebuah proses kegiatan dan keberlangsungan perbankan syariah. SDM yang terlibat dalam pelayanan yang nantinya bisa mempengaruhi persepsi pembeli, pribadi pelanggan dan pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan.

Elemen orang memiliki dua aspek, yaitu:

- a. *Service People*. Dalam organisasi jasa, *service people* biasanya memegang jabatan ganda, yaitu menggandakan jasa dan menjual jasa tersebut. Melalui pelayanan baik, cepat, ramah, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan.
- b. *Customer*. Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nasabah lain,tentang kualitas jasa yang pernah didapatnya dari perusahaan Keberhasilan dari perusahaan jasa berkaitan erat dengan seleksi, pelatihan, motivas, dan manajemen dari sumber daya manusia.

Alat untuk mengukur orang, diantaranya:

- a. Pelatihan (*learning center*). Yaitu sarana penunjang untuk memberikan kesempatan bagi karyawan untuk memperdalam keahliannya baik di bidang teknologi informasi.
- b. Motivasi, adalah sebuah program yang sangat memotivasi karyawan dengan memberikan hadiah uang atau kesempatan liburan, jika mencapai target baik dalam hitungan bulan atau tahun
- c. Seleksi merupakan pengembangan secara menyeluruh yang secara formal dikaitkan dengan kinerja manajemen dan penilaian serta perencanaan karier. Program ini memberikan keseimbangan antara kebutuhan individu dengan sasaran jangka pendek atau panjang.

6. Proses (*Procces*)

Proses adalah gabungan dari semua aktivitas, yang terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Dalam bisnis baik barang atau jasa pihak pengelola harus mengedepankan faktor proses karena hal ini berhubungan secara langsung kepada konsumen selaku pihak yang menerima pelayanan jasa/ menerima barang dari perusahaan.

Proses merupakan salah satu unsur tambahan *marketing mix* yang mendapat perhatian serius dalam perkembangan ilmu *marketing*. Dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perbankan syariah, proses atau mekanisme, mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan yang efektif dan efisien.

Dapat di simpulkan bahwa proses merupakan adanya kegiatan yang dilakukan karyawan dan nasabah sehingga terjadinya interaksi antara keduanya dalam pelayanan jasa. Sesuai dengan SOP suatu lembaga tersebut.

7 Bentuk fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa untuk konsumen berinteraksi, ditambah unsur tangible apa saja yang digunakan dalam mengkomunikasikan atau mendukung peranan dalam pemasaran jasa tersebut.

Adanya bukti seperti logo, simbol perusahaan, seragam pada karyawan, laporan, kartu nama, fasilitas yang dimiliki. Yang bisa dikenal dan di rasakan baik dari konsumen ataupun karyawan sendiri.

Dengan adanya bukti fisik konsumen bisa mengetahui akan keberadaan suatu lembaga tersebut atau nasabah yang datang ke kantor akan merasa nyaman dan betah, bisa dilihat dengan lingkungan yang bersih, parkir yang tidak semeraut, dekorasi yang indah, serta penampilan para karyawan yang rapi dan sopan akan menunjukkan kompetensi mereka dibidangnya masing-masing, dengan memeberikan aura yang positif kepada pelanggan.

Bukti fisik dalam bisnis jasa dapat dibagi menjadi dua tipe:

- a. Bukti penting (*essential evidence*) memiliki nilai yang dibuat penyedia jasa tentang desain, layout suatu bangunan, lingkungan, dan suasana ruang tunggu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Bukti tambahan (peripheral evidence) sebuah nilai yang kecil namun dapat mempengaruhi dalam menambah keberwujudan pada nilai yang disediakan produk jasa, misalnya buku tabungan atau atm yang menjadi tanda hak untuk memanfaatkan jasa di suatu waktu kemudian.³⁴

Murabahah

1. Pengertian akad Murabahah

Murabahah bi tsaman ajil, lebih dikenal sebagai *murabahah*.

Murabahah yang berasal dari kata “*ribh*” (keuntungan) adalah transaksi jual beli di mana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tshaman ajil*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad, sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.³⁵

2. Syarat dan rukun murabahah

Rukun jual beli menurut mazhab Hanafi adalah ijab dan qabul yang menunjukkan adanya pertukaran atau kegiatan saling memberi yang menempati kedudukan ijab dan qabul itu. Rukun ini dengan ungkapan lain merupakan pekerjaan yang menunjukkan keridhaan dengan adanya

³⁴ <https://www.hestanto.web.id/bauran-pemasaran-marketing-mix/> di akses pada tanggal 05 Januari pukul 20:30

³⁵ Ahmad rodoni, *Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008) Hal. 23-24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

pertukaran dua harta milik, baik berupa perkataan maupun perbuatan.

Menurut jumhur ulama' ada 4 rukun dalam jual beli, yaitu :

- a. orang yang menjual,
- b. orang yang membeli,
- c. sighthat,
- d. dan barang atau sesuatu yang diakadkan.

Keempat rukun di atas mereka sepakati dalam setiap jenis akad.

Sedangkan syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam melakukan pembiayaan Murabahah, yaitu: penjual memberi tahu biaya modal kepada nasabah, kontrak pertama harus sudah sesuai dengan rukun yang ditetapkan, kontrak harus bebas riba, penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atau kerusakan barang sesudah pembelian, serta penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian. Syarat yang terpenting dalam Murabahah adalah bebas dari riba serta harus ada penjelasan atau kejujuran dari bank mengenai barang yang dibeli apakah ada kerusakan atau tidak. Secara prinsip, jika syarat dalam poin 1, 4, dan 5 tidak terpenuhi, pembeli (nasabah) mempunyai pilihan:

- a. Melanjutkan pembelian seperti apa adanya
- b. Kembali kepada penjual dan menyatakan ketidaksetujuan atas barang yang dijual
- c. Membatalkan kontrak.

Syarat-syarat Murabahah menurut pendapat Wahbah al-Zuhailiy adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- a. Harga awal harus dimengerti oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli);
- b. Besarnya keuntungan harus diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak;
- c. Penjual wajib menyampaikan keuntungan yang diinginkan dan pembeli mempunyai hak untuk mengetahui bahkan menyepakati keuntungan yang akan diperoleh oleh penjual;

3 Dasar Hukum Murabahah

Jual beli dengan sistem *murabahah* akad jual beli yang diperoleh, hal ini berdasarkan pada dalil-dalil yang terdapat dalam al-Qur'an, Hadist, ataupun ijtima' Ulama. Beberapa dalil yang memperolehkan praktek akad jual beli *murabahah* adalah firman Allah SWT:

Ayat Al-Qur'an

Surah An-Nisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepada mu.

Surah Al-Baqarah: 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.

Dalam ayat ini, Allah mempertegas legalitas dan keabsahan jual beli secara umum. Serta menolak konsep riba. Berdasarkan dari ketentuan jual

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beli murabahah mendapatkan legalitas dan keabsahan secara syariah, dan sah untuk digunakan dalam praktek pembiayaan bank syariah, karena akad ini merupakan salah satu bentuk jual beli dan tidak mengunsur duniawi seperti yang tertulis di dalam hadits ini.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ، (رواه البيهقي وابن ماجه وصححه ابن حبان

Artinya : “Dari Abu Sa’id Al-Khudri bahwa Rasulullah bersabda: *Sesungguhnya jual beli harus dilakukan suka sama suka*” (HR. al-Bahaiqi dan Ibnu Majah dan di sahkan oleh Ibnu Hibban)

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِابْتَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه عن صهيب

Artinya : “Nabi bersabda, ‘Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.’” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).³⁶

Fatwa DSN MUI Tentang Murabahah

Ketentuan hukum dalam fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *murabahah* adalah:

Menetapkan : FATWA TENTANG MURABAHAH

Pertama : Ketentuan Umum Murabahah dalam Bank Syari'ah:

1. Bank dan nasabah harus melakukan akad murabahah yang bebas riba.
2. Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh

³⁶ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, terj. M. Nastangin (Yogyakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), Hal. 205

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- syari'ah Islam.
3. Bank membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
 4. Bank membeli barang yang diperlukan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
 5. Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, misalnya jika pembelian dilakukan secara utang.
 6. Bank kemudian menjual barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
 7. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
 8. Untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khusus dengan nasabah.
 9. Jika bank hendak mewakilkan kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli

murabahah harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

: Ketentuan Murabahah kepada Nasabah:

1. Nasabah mengajukan permohonan dan janji pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
2. Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
3. Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli)-nya sesuai dengan janji yang telah disepakatinya, karena secara hukum janji tersebut mengikat; kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual beli.
4. Dalam jual beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uangmuka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
5. Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.
6. Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Jika uang muka memakai kontrak *'urbun* sebagai alternatif dari uang muka, maka
 - a. jika nasabah memutuskan untuk membeli barang tersebut, ia tinggal membayar sisa harga.
 - b. jika nasabah batal membeli, uang muka menjadi milik bank maksimal sebesar kerugian yang ditanggung oleh bank akibat pembatalan tersebut; dan jika uang muka tidak mencukupi, nasabah wajib melunasi kekurangannya.

Ketiga : Jaminan dalam Murabahah:

1. Jaminan dalam murabahah dibolehkan, agar nasabah serius dengan pesannya.
2. Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

Keempat : Utang dalam Murabahah:

1. Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi murabahah tidak ada kaitannya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. Jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

utangnya kepada bank.

2. Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuran berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
3. Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

Kelima : Penundaan Pembayaran dalam Murabahah:

1. Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda penyelesaian utangnya.
2. Jika nasabah menunda-nunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrasi Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

Keenam : Bangkrut dalam Murabahah:

Jika nasabah telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan di atas mengenai implementasi bauran pemasaran pada produk pembiayaan mikro PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru. Maka diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Penerapan PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru dalam memasarkan produk pembiayaan mikro, menggunakan konsep *marketing mix* dengan 7 bauran *product, people, price, place, promotion, proses, physical evidence*. PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru mempromosikan produk melalui *personal selling, relationship selling*, dan melalui *postingan* di sosial media. Dari segi produk, PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru mengutamakan keunggulan produk dan sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan masyarakat. PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru juga menjadikan nasabah prioritas utama dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah, agar nasabah merasa nyaman terhadap bank. Dalam melakukan proses pembiayaan mikro PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru membantu para nasabah agar tidak kebingungan dalam melengkapi persyaratan saat melakukan pembiayaan mikro.
2. Kendala yang dihadapi oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru saat memasarkan produk adalah karena target market produk pembiayaan mikro ini pengusaha-pengusaha kecil, kurang nya pengetahuan mereka

terhadap bank Syariah dan konsep syariah yang PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru gunakan. Serta banyak pesaing yang juga notabennya syariah.

3 Solusinya dari kendala yang dihadapi oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru dalam memasarkan produk dengan cara membekali para *marketing* untuk bahwa harus menguasai produk, serta harus melakukan pendekatan secara persuasif terhadap nasabah dan menjaga *sillahturahmi* kepada nasabah. Lalu untuk memperkenalkan bank syariah, PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru mengikuti acara pengajian komunitas yang melakukan dakwah tentang konsep syariah.

D. Saran

Ada beberapa saran yang bisa peneliti beri kan sebagai sumbangsih pemikiran, yaitu sebagai berikut:

1. Usaha memperkenalkan kan produk PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru perlu ditingkatkan lagi melalui media, melalui iklan, dan aktif menggunakan sosial media.
2. PT. BNI Syariah KC Panam Arengka Pekanbaru juga bisa membuat aplikasi pelayanan online, karena kebanyakan sekarang masyarakat sudah menggunakan *smartphone*. Contohnya jika ada nasabah ingin membuat tabungan atau ingin mengajukan pembiayaan bisa menggunakan aplikasi tersebut.
3. Komunikasi tenaga pemasaran harus ditingkatkan agar lebih mengetahui keadaan dan keluhan dari lapangan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Amad Rodoni , “*Lembaga Keuangan Syariah*”, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008),
- Amad rodoni, *Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2008)
- Amad Mujahidin, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT Rajagarifindo Persada), 2016
- Amin Abdullah, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007)
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009),
- Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004)
- Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasi*,(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2005)
- Burhan Bungin , “*Metodelogi Penelitian Kuantatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*”, (Depok : Prenadamedia Group, 2018),
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*: Pusat Bahasa,
- Herry Sutanto dan Khaerul umam, *Manjemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013)
- Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013),
- <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/personal/pembiayaan/mikro>, di akses pada tanggal 30 agustus 2019 pukul 20:43
- <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> diakses pada tanggal 5 september 2019 pukul 20:30
- <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi> diakses pada tanggal 5 september 2019 pukul 20:32
- <https://www.hestanto.web.id/bauran-pemasaran-marketing-mix/> di akses pada tanggal 03 januari pukul 20:30
- <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2019/03/31/bni-syariah-perbesar-porsi-pembiayaan-mikro> diakses pada tanggal 30 agustus pukul 21:15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/pn25d1423/bni-syariah-targetkan-peningkatan-pembiayaan-mikro-35-persen> diakses pada tanggal 30 agustus 2019 pukul 22:00

Kashmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006,

Kashmir, “*Pemasaran Bank*”, (Jakarta: Kencana, 2008)

Kashmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Prasada, 2007)

Made Dharmawati, *Kewirausahaan*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017 cet 2)

Made Dharmawati, “*Kewirausahaan*”, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017),

Murti Sumarni, “*Manajemen Pemasaran Bank*”, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002),

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2004)

Petunjuk Pelaksanaan Transformasi Kantor Cabang (KC) dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Semi Reguler BNI Syariah.

Rangkuti Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Gramedia Pustaka: Jakarta,1997)

Sojan Assauri, “*Manajemen Pemasaran*”,(Jakarta: Rajawali Pers, 2013),

Smarto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: AMUS Yogyakarta, 2004)

Strisno Hadi, *Metodelogi Reseach*,(Jogjakarta:Adi Office, 2000)

W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, cet. 6, Jakarta: Balai pustaka, 1983,



PEDOMAN WAWANCARA

1. Strategi apa yang digunakan PT. BNI Syariah KC Panam Arengka dalam memasarkan produk?
2. Bagaimana penerapan strategi tempat (*place*) pada strategi untuk memperkenalkan produk pembiayaan Mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka?
3. Bagaimana penerapan strategi produk (*product*) pada strategi untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka ?
4. Bagaimana penerapan strategi harga (*price*) pada strategi untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka ?
5. Bagaimana penerapan strategi promosi (*promotion*) pada strategi untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka ?
6. Bagaimana penerapan strategi orang (*people*) pada strategi untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka ?
7. Bagaimana penerapan strategi bentuk fisik (*physical evidence*) pada strategi untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

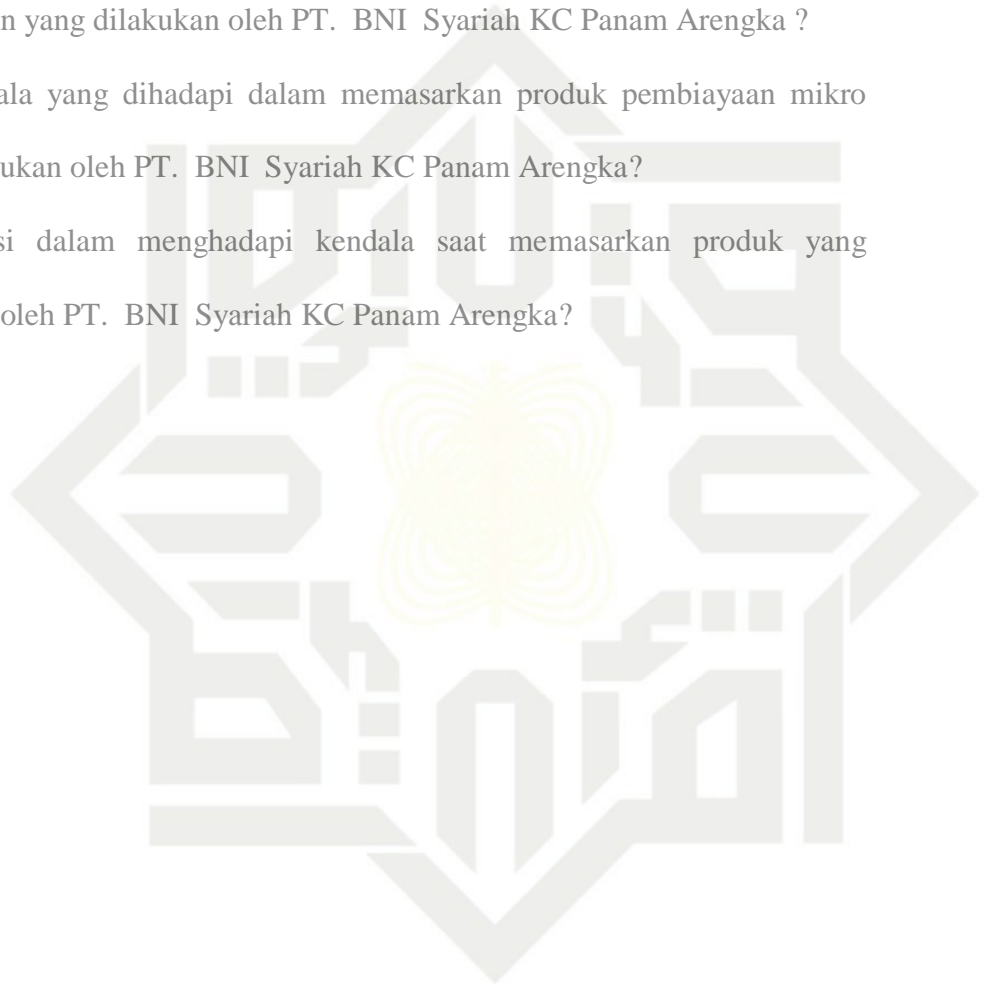
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8 Bagaimana penerapan strategi bentuk proses (process) pada stretegi untuk memperkenalkan produk pembiayaan mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka ?

9 Bagaimana cara meyakinkan calon nasabah agar tertarik dengan produk yang di tawarkan yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka ?

10 Apa kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk pembiayaan mikro yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka?

11 Apa solusi dalam menghadapi kendala saat memasarkan produk yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah KC Panam Arengka?



DOKUMENTASI PENELITIAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skrripsi dengan judul, **IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA
MODUL PEMBIAYAAN MIKRO DI BNI SYARIAH KC PANAM ARENGKA** yang
ditulis oleh :

Nama : GINA SYAHBANI
NIM : 01626204051
Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Uraian dan dismaqasyahkan pada :
Hari/Tanggal : Senin, 29 Juni 2020
Waktu : 08.00 WIB

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasah Fakultas Syariah
dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 JULI 2020
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
Sekretaris
Syukran, M.Sy
Penguji I
Dr. Hj. Hertina, M.Pd.
Penguji II
Nurnasirna, SE., M.Si

Mengetahui,
Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

JALINUS, S. Ag
NIP. 19750801200701103

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/33325
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 009/3626/2020 Tanggal 22 Juni 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

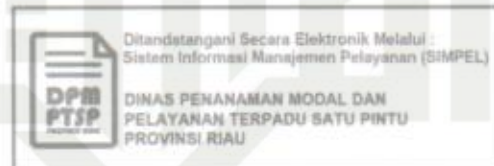
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : GINA SYAH'BANI |
| 2. NIM / KTP | : 01626204051 |
| 3. Program Studi | : PERBANKAN SYARIAH D3 |
| 4. Jenjang | : DIII |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : IMPELMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO DI BNI SYARIAH KC PANAM ARENGKA |
| 7. Lokasi Penelitian | : BNI SYARIAH KC PANAM ARENGKA |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 24 Juni 2020



© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tembusan
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. PIMPINAN BNI SYARIAH KC PANAM ARENGKA
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang bersangkutan



RIWAYAT HIDUP PENULIS

GINA SYAHBANI, lahir pada tanggal 07 Desember 1998 di Simpang Marapalam. Lahir dari pasangan M. Nasir (Alm) dan Azizah (Alm), anak ke lima dari lima bersaudara. Dengan saudara kandung bernama Riri Nasirly, Hamdi Anas, Adlul Yahdi, Sifa Qolbi Thoib. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar SMP Negeri 1 Kampar Kiri 2013. Dan pada tahun itu juga peneliti melanjutkan pendidikan di SMAS Nurul Ikhlas X Koto Kabupaten Tanah Datar Padang Panjang dan tamat pada tahun 2016. Setelah lulus SMA penulis melanjutkan cita-cita dan meneruskan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Syari'ah dan Hukum dengan jurusan D III Perbankan Syariah. Pada tanggal 29 Juni 2020 penulis mengikuti sidang munaqasah dan berhasil menyandang gelas Ahli Madya (A.Md).



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.