

**IMPLEMENTASI ETIKA PEMASARAN ISLAM PADA BPR
SYARIAH MITRA HARMONI MALANG**

SKRIPSI



Oleh :

DELLA YUANA WAHIDA

NIM : 14540064

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

**IMPLEMENTASI ETIKA PEMASARAN ISLAM PADA BPR
SYARIAH MITRA HARMONI MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

DELLA YUANA WAHIDA

NIM : 14540064

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2018**

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI ETIKA PEMASARAN ISLAM PADA BPR SYARIAH
MITRA HARMONI MALANG**

SKRIPSI

Oleh

DELLA YUANA WAHIDA

NIM : 14540064

Telah disetujui 28 Maret 2018
Dosen Pembimbing,



Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP. 19770826 200801 2 011

Mengetahui :

Ketua Jurusan
Perbankan Syariah (S1)



Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

IMPLEMENTASI ETIKA PEMASARAN ISLAM PADA BPR SYARIAH MITRA HARMONI MALANG

SKRIPSI

Oleh

DELLA YUANA WAHIDA
NIM 14540064

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjanah Ekonomi (SE)
Pada Tanggal 09 April 2018

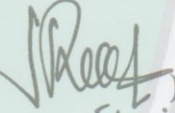
Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua
Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM
NIDT. 19801109 20160801 2 053

()

2. Pembimbing/Sekretaris
Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP. 19770826 200801 2 011

()


3. Penguji Utama
Dr. Siswanto, SE., M.Si
NIP. 19750906 200604 1 001

()

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan Perbankan Syariah S1




Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D
NIP 19751109 199903 1 003

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Della Yuana Wahida
NIM : 14540064
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah (S1)

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

IMPLEMENTASI ETIKA PEMASARAN ISLAM PADA BPR SYARIAH MITRA HARMONI MALANG

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing maupun pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Malang, 28 Maret 2018
Hormat saya,



Della Yuana Wahida
14540064

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan kesabaran kepadaku dalam mengerjakan skripsi ini.

Dengan ini aku persembahkan karya sederhana ini kepada:

Ayah (Drs Moh yusuf) dan Mama (Anis sayidah) tercinta yang telah berhasil mengantarkanku menjadi orang yang berpendidikan dan mengerti arti perjuangan dalam kehidupan dan tak lupa Adik-adik ku tersayang yang telah menjadi motivasi dalam perjuangan ini

Dosen pembimbing yang terhormat Ibu Yayuk Sri Rahayu, SE., MM.

Terima kasih atas do'a serta dukungan yang selalu diberikan kepada saya, sehingga saya selalu semangat untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa juga terima kasih kepada seluruh dosen-dosen

Perbankan Syariah (SI)

Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki Malang yang sudah mendukung dan juga selalu mensupport saya.

Teman-teman persahabatan kedua dan sahabat-sahabatku terima kasih atas dukungan dan do'a yang selalu kalian berikan kepada saya.

MOTTO

“Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya”

“Hiduplah seakan kau akan mati hari ini”



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulisan Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Judul Skripsi ini adalah, “Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di Hari Akhir. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Abd. Haris, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Eko Suprayitno, SE., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Nihayatu Aslamatis S.,SE.,MM selaku dosen wali mahasiswa yang telah memberikan motivasi selama menjadi mahasiswa S1 Perbankan Syariah.
5. Yayuk Sri Rahayu, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi Tugas Akhir yang telah memberikan motivasi, inspirasi dan telah membimbing dengan sabar dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

7. Ayah (Drs Moh Yusuf), Mama (Anis Sayidah), adik-adik ku tersayang, Mustofa Ali yang selalu memberikan saya semangat, dukungan beserta keluarga besar yang senantiasa memberikan motivasi dan do'a demi berhasilnya penulisan skripsi ini
8. Ibu Elok Widi Citra selaku pembimbing di tempat penelitian beserta segenap karyawan PT BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.
9. Teman – teman seperjuangan jurusan perbankan syariah S1 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
10. Seluruh teman – teman seperjuangan entrepreneur dan teman seperjuangan skripsi Elsha Robby Mighfari, Ustatun Hasanah.
11. Sahabat- sahabatku tercinta, Alfina Rossa Damayanti, Hayyu Afuw Ardliya, Erlin Nanda Sasmita, Fany Daus Solekah, Firdausy, Lilin Karima, Puput Puspita Rahayu.
12. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi isi maupun penyusunannya. Untuk kritik dan saran sangat diharapkan guna kesempurnaan laporan ini. Kurang lebihnya penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi semua yang membaca.

Penulis

Della Yuana Wahida

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktisi	7
1.4.2 Manfaat Teoritis	7
1.4.3 Kegunaan Akademis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 Etika Pemasaran.....	21
2.2.3 Etika Pemasaran Islam.....	23
2.3 Kerangka Berfikir.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
3.2 Lokasi Penelitian.....	47
3.3 Subyek Penelitian.....	48
3.4 Data dan Jenis Data.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Uji Keabsahan Data.....	50
3.7 Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Paparan Data.....	53
4.1.1 Latar Belakang PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.....	53
4.1.2 Visi dan Misi PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.....	56
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	56
4.1.4 Produk dan Layanan PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.....	59
4.1.5 Implementasi Etika Pemasaran Islam pada PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.....	65
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	108
4.2.1 Implementasi Etika Pemasaran Islam pada PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.....	109
BAB V PENUTUP.....	131
5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah BPR Syariah Mitra Harmoni Malang	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Struktur Pengurus BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.....	57
Tabel 4.2 Reduksi Data dengan Triangulasi Sumber.....	91



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	46
Gambar 4.1 Struktur BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Biodata Peneliti
- Lampiran 2 Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 4 Bukti Konsultasi
- Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
- Lampiran 6 Hasil Cek Turniti
- Lampiran 7 Dokumentasi



ABSTRAK

Della Yuana Wahida, 2018, Skripsi, Judul: **“Implementasi Etika Pemasaran Islam Pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang”**

Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM

Kata kunci : Etika, Etika Pemasaran, Etika Pemasaran Islam

Etika merupakan hal yang penting dalam pemasaran. Etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Sedangkan etika pemasaran Islam adalah prinsip-prinsip syariah marketer yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara Islam. Etika pemasaran Islam menjadi penting bagi para tenaga pemasar untuk melakukan penetrasi pasar agar lembaga keuangan dapat terus berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi etika pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Subyek pada penelitian ini ada 7 informan internal dan eksternal. Data dikumpulkan dengan cara observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Adapun analisis data yang digunakan yaitu menelaah seluruh data, reduksi data, menyusun data hasil reduksi kedalam satuan-satuannya dan triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa BPR Syariah Mitra Harmoni Malang sudah menerapkan 9 etika pemasaran Islam yang terdiri dari Memiliki Kepribadian Spiritual (*Taqwa*), berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*), berlaku adil dalam berbisnis (*al'adl*), melayani nasabah dengan rendah hati (*khidmah*), selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfit*), jujur dan terpercaya (*al amanah*), tidak suka menjelek-jelekan (*ghibah*), tidak suka berburuk sangka (*su'udzon*), tidak melakukan suap (*risywah*). Namun dalam pelaksanaannya terdapat ketidaksesuaian antara praktik dengan ketentuan yang sudah ditetapkan yaitu pada etika tidak suka berburuk sangka (*su'udzon*) dan tidak melakukan suap (*risywah*).

ABSTRAK

Della Yuana Wahida, 2018, MINOR THESIS (*Skripsi*). Title: **“Implementation of Islamic Marketing Ethics at BPR Syariah Mitra Harmoni Malang”**

Advisor : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM

Keywords : Ethics, Marketing Ethics, Islamic Marketing Ethics

Ethics is an important part of marketing. Ethics is known as set of morals aiming to educate human morality. While Islamic marketing ethics is the principles of sharia marketers who are performing Islamic marketing functions. Islamic marketing ethics becomes important for marketers to penetrate the market in order that financial institutions could grow continuously. That for, this study aims to examine how the implementation of Islamic marketing ethics in BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

This research requires descriptive qualitative approach. Subjects of this study are 7 internal and external informants. Data is collected by direct observation, interview, and documentation. While data analysis used is reviewing all data, reducing data, and compiling data reduction into its units and triangulation.

The result of the research shows that BPR Sariah Mitra Harmoni Malang has applied 9 Islamic marketing ethics, those are good and sympathetic personality (shiddiq), fair dealing in business (al'adl), serving customers with humble (khitmah), always keeping promises and avoiding corruption (tahfif), honest and trustworthy personality (al amanah), hatred of vilifying (ghibah), hatred of suspecting (su'udzon), and bribery avoiding (riswah). However, there is an incompatibility between the practice and the provisions that have been set. The ethics of hatred of suspecting (su'udzon) and bribery avoiding (riswah) are frequently violated by the marketers of BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

المُلخَص

ديلاً يؤانا واحدا، 2018، البحث الجامعي، الموضوع: "تطبيق آداب التسويق الإسلامي في بنك BPR الشرعي ميترا هرموني (BPR Syariah Mitra Harmoni) بمالانج"

المشرفة : يايوك سري راهايو، الماجستير

الكلمات الرئيسية : آداب، آداب التسويق، آداب التسويق الإسلامي

كان الآداب شيئاً ضرورياً في التسويق. يفهم الناس أن الآداب عنصر من العناصر التي تهدف إلى تربية خلق البشر. بخلاف ذلك كان آداب التسويق الإسلامي هو أسس التسويق الشرعي بتطبيق الشرائع الإسلامي في عملية التسويق. يكون آداب التسويق الإسلامي عند عمال التسويق ضرورياً في اختراق السوق لأجل التزعة المستمرة جانب المؤسسة المالية. ويهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية تطبيق آداب التسويق الإسلامي في بنك BPR الشرعي ميترا هرموني (BPR Syariah Mitra Harmoni) بمالانج.

ومدخل هذا البحث هو المدخل الوصفي الكيفي. في هذا البحث سبعة مخبرين منهم داخلي وخارجي يقومون مقام العامل. وطريقة جمع البيانات هي الملاحظة والمقابلة والتوثيق. أما تحليل البيانات في هذا البحث بمطالعة جميع البيانات، تقليل البيانات، تنظيم البيانات المحصلات من التقليل في أحادها والتثليث.

نتائج هذا البحث هي يدل أن بنك BPR الشرعي ميترا هرموني (BPR Syariah Mitra Harmoni) بمالانج قد طبق تسع الأوصاف من آداب التسويق الإسلامي وهم شخصية جيدة وحنون (الصاديق)، عادل في تجارة (العادل)، خدمة الزبون بتواضع (الخدمة)، دوام الإبرار وغير الإحتيال (التخفيف) صادق و أمين (الأمانة)، بغض التشويه (الغيبية)، بغض سوء الظن (سوء الظن)، عدم الرشوة (الرشوة). ولكن يوجد في تنفيذ البنك أن التطبيق لا يناسب بما قد قرر البنك في آداب بغض سوء الظن وعدم الرشوة.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri keuangan syariah telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Tiga dasawarsa yang lalu, bank syariah (di luar Indonesia disebut bank Islam) belum dikenal. Di awal abad ini, (Lewis dan Algoud 2005 dalam Masulah, Siti 2016) melaporkan sudah 55 negara yang pasarnya sedang bangkit dan berkembang ikut menerapkan sistem perbankan dan keuangan syariah. Beberapa lembaga keuangan syariah bahkan sudah beroperasi di tiga belas lokasi lain, antara lain: Australia, Bahama, Kanada, Cayman Island, Denmark, Guersyney, Jesrey, Irlandia, Luxembourg, Switzerland, Inggris, Amerika serikat, dan Virgin Island. Di Pakistan, Iran, dan Sudan, semua bank harus beroperasi menurut prinsip-prinsip keuangan syariah. Sementara ditempat-tempat lainnya yang masih menerapkan sistem campuran (perbankan konvensional dan syariah), termasuk Indonesia, bank syariah masih berada dalam posisi minoritas, dan beroperasi berdampingan dengan bank-bank konvensional, sedangkan berdasarkan data (badan pusat statistik 2016) Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia sebesar 87%. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan perbankan syariah di Indonesia lambat dibandingkan dengan negara-negara lain, tentu saja ini dikarenakan perbankan syariah di Indonesia masih mengalami beberapa hambatan antara lain: masih sedikitnya jumlah kelembagaan kantor dan jaringan bank syariah yang beroperasi di seluruh wilayah Indonesia. Tingkat pengetahuan masyarakat tentang sistem dan manfaat perbankan syariah masih rendah, sistem pelayanan dan Lembaga keuangan Syariah yang belum optimal dan kesulitan bank syariah berkenaan dengan pengelolaan likuiditas dana. Meskipun perkembangan syariah di

Indonesia agak terlambat, akan tetapi perbankan syariah akan terus berkembang dibuktikan dari awal mula munculnya bank syariah pertama kali pada tahun 1991 yaitu pada saat itu bank syariah hanya Bank Muamalat, tetapi saat ini tercatat sampai tahun 2016 pertumbuhan perbankan Syariah mencapai 19,67%. Terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah) dan UUS (Unit Usaha Syariah) (Masulah, 2016).

Oleh karena itu, agar perbankan syariah di Indonesia bisa lebih berkembang, maka perlu adanya tindakan kongkrit yang dilakukan yaitu berupa perumusan “Grand Strategi Pengembangan Pasar Perbankan Syariah yang dilakukan oleh Bank Indonesia meliputi program pencitraan baru perbankan Syariah yang meliputi aspek positioning yang dimana bank Syariah sebagai perbankan yang saling menguntungkan kedua belah pihak, differentiation dengan keunggulan kompetitif dengan produk dan skema yang beragam, transparansi, kompeten dalam keuangan dan beretika, teknologi informasi yang selalu update dan user friendly, serta adanya ahli investasi keuangan Syariah yang memadai, dan branding dimana bank syariah lebih dari sekedar bank atau beyond banking. Program peningkatan kualitas layanan yang didukung oleh SDM yang kompeten dan penyediaan teknologi informasi yang mampu memenuhi kebutuhan dan kepuasan nasabah serta mampu mengkomunikasikan produk dan jasa bank Syariah kepada nasabah secara benar dan jelas, dengan tetap memenuhi prinsip Syariah (Syukron, 2013).

Menurut Kasmir (2004,97), jasa-jasa ini diberikan untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, baik yang berhubungan langsung dengan kegiatan simpanan dan kredit, guna memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik dan efektif pada nasabah agar nasabah puas dengan jasa yang digunakan sehingga menjadikan nasabah loyal pada jasa perbankan

syariah. Seluruh strategi ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank masing-masing. Dengan kata lain, semakin tinggi kemampuan bank tersebut, maka semakin banyak ragam produk yang ditawarkan. Kemampuan bank dapat dilihat dari segi permodalan, manajemen serta fasilitas yang dimilikinya. Khususnya pada bagian pemasaran. Menurut Kotler (2002,178), pemasaran merupakan kegiatan yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Kegiatan pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya, yakni relegius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai – nilai kemanusiaan.

Menurut Toriqudin (2015), sementara ini dunia pemasaran dianggap penuh dengan praktik - praktik yang tidak baik seperti kecurangan, menghalalkan segala cara, maupun intrik. Berbagai kasus yang kerap terjadi seperti keterlambatan menarik produk yang menimbulkan bahaya, keterlibatan pelaku bisnis dalam aktivitas suap, korupsi, pemalsuan, pencucian uang, atau perusakan lingkungan. Menurut Rivai (2012,156), dan beberapa kasus yang dijumpai pada masa lalu seperti kasus BLBI, Mafia pajak, century, informasi yang tidak transparan tentang produk dan sebagainya. Pada kasus tersebut, nilai akhlak, moral dan etika sudah diabaikan, sangat mengkhawatirkan jika hal ini menjadi kultur di dalam masyarakat. Maka dari itu perlu adanya etika dalam melakukan pemasaran agar masalah di atas tidak terulang kembali. Menurut Churcill, Gilbert (2001), etika pemasaran merupakan sebuah standar moral yang digunakan untuk memandu keputusan dan tindakan pemasaran. Hal ini dapat di lihat melalui penelitian terdahulu yang menunjukkan begitu pentingnya etika pemasaran. Hasil penelitian Hassan, Abul, Chachi, Abdelkader and Latiff, Salma Abdul (2008) menunjukan

bahwa perilaku etika Islam akan memiliki dampak yang besar pada kepuasan pelanggan. Hasil penelitian Riaz Muhammad (2016) menunjukkan bahwa kurangnya konsistensi dalam pelaksanaan etika pemasaran IB dalam praktik mereka.

Hasil penelitian Toriquddin (2015) menunjukkan bahwa ada tiga etika pemasaran yang terdapat dalam al- Qur'an yaitu: pemasaran beretika, pemasaran profesional, pemasaran transparan. Disebut pemasaran beretika jika memenuhi dua komponen yaitu lemah lembut/ramah dan sopan santun, kemudian disebut pemasaran profesional jika memenuhi dua komponen yaitu adil dalam promosi dan adil terhadap orang lain. sedangkan yang dimaksud dengan pemasaran transparan jika memenuhi tiga komponen yaitu tidak menggunakan cara bathil, realistis dan bertanggung jawab. Selain itu, keberadaan pemasaran al-Qur'an sangat dibutuhkan alam dunia perbankan Syariah saat ini.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan etika pemasaran syariah, maka peneliti merasa perlu adanya penelitian kembali yang berkaitan dengan etika pemasaran syariah. Namun untuk penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada etika pemasaran secara syariah yang dimana Menurut Kertajaya dan sula (2006,67), seorang pemasar slami harus meyakini bahwa perbuatan yang di lakukan seseorang akan dimintai pertanggungjawabannya kelak. Selain itu pemasaran Islami mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral di dalam pelaksanaannya. Karena itu, pemasaran Islami menjadi penting bagi para pemasar untuk melakukan penetrasi pasar. Apabila dirumuskan, dalam Islam terdapat sembilan macam etika (akhlak) yang harus dimiliki seorang pemasar yaitu Memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), Berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*), Berlaku adil dalam berbisnis (*al'adl*), Melayani nasabah dengan rendah

hati (*khidmah*), Selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfit*), Jujur dan terpercaya (*al amanah*), Tidak suka berburuk sangka (*su'udzon*), Tidak suka menjelek-jelekan (*ghibah*), Tidak melakukan suap (*risywah*). Sebagaimana yang dikatakan oleh Mu'adz bin jabal bahwa Rasulullah S.A.W bersabda:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللُّغَبِ
بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿١١﴾

Artinya: 11. "Hai orang-orang yang beriman, janganlah sekumpulan orang laki-laki merendahkan kumpulan yang lain, boleh jadi yang ditertawakan itu lebih baik dari mereka. Dan jangan pula sekumpulan perempuan merendahkan kumpulan lainnya, boleh jadi yang direndahkan itu lebih baik. Dan janganlah suka mencela dirimu sendiri dan jangan memanggil dengan gelaran yang mengandung ejekan. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk sesudah iman dan barangsiapa yang tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim."

Tidak hanya itu peneliti juga mengambil objek yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu pada BPRS Mitra Harmoni Malang. Hal ini dikarenakan BPRS Mitra Harmoni Malang merupakan sebuah Lembaga Keuangan Syariah yang didirikan berdasarkan regulasi Bank Indonesia, dengan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah. Regulasi kemudahan yang diberikan Bank Indonesia tentang pendirian Perbankan Syariah. Pengawasan langsung dilakukan untuk saat ini diserahkan dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK). PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang didirikan sesuai Anggaran Dasar Perseroan No. 56 tahun 2009, yang dibuat di Notaris Arswendy Kamuli, SH. Notaris di Jakarta dan telah disahkan oleh Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia No.AHU.45630.AH.01.01 tahun 2009 dan perubahan anggaran dasar No. 49 tanggal 23 Juli 2010 oleh Notaris Arswendy Kamuli, SH. dan telah disahkan oleh Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia

No.AHU.AH.01.10.21731, tanggal 23 Agustus 2010. (<http://bprsmh-malang.co.id/about-us>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2017)

Tingkat persaingan bank Syariah saat ini tidak hanya sesama bank Syariah, melainkan juga bank konvensional. Pada BPRS Mitra Harmoni Malang, khususnya pada bagian pemasaran, dituntut untuk memberikan kepuasan pada nasabah dengan selalu mengedepankan etika yang baik menurut ajaran Islam. Berdasarkan survei langsung dari Kepala Bagian Kabid SDI & Umum yaitu Ibu Elok Widi Citra P. S.Psi. pada tanggal 01 November 2017, diketahui bahwa BPRS Mitra Harmoni Malang ini memiliki strategi pemasaran yang berbeda dengan bank lain yaitu berupa penerapan strategi pemasaran jemput bola pada nasabah, yang mana sistem jemput bola merupakan sistem pemasaran yang dilakukan penyedia jasa/penjual produk dengan cara menghubungi calon pelanggan satu demi satu. Melalui strategi pemasaran jemput bola yang dilakukan bprs mitra harmoni malang membuat masyarakat sekitar tertarik untuk menggunakan jasa BPRS Mitra Harmoni Malang, dapat dilihat berdasarkan data berikut:

Tabel 1.1

Jumlah Nasabah BPR Syariah Mitra Harmoni Malang

PRODUK	2013	2014	2015	2016
Tabungan	1.418	1.812	2.017	2.218
Pembiayaan	565	712	647	615
Deposito	36	70	67	82
Jumlah	2.019	2.594	2.731	2.915

Sumber: Diolah dari hasil wawancara tahun 2017

Data di atas menunjukkan bahwa, nasabah pada BPRS Mitra Harmoni Malang mengalami peningkatan dari tahun 2013-2016, peningkatan nasabah pada bprs ini terjadi melalui sistem pemasaran jemput bola yang dilakukan bprs mitra

harmoni malang. Oleh karena itu untuk mencari dan mempertahankan nasabah maka perlu adanya etika dalam strategi pemasaran yang diterapkan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang agar dalam menjalankan strategi pemasarannya berupa jemput bola tidak ada tindakan kriminal yang dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul penelitian ini adalah “**Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang**”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah yang diajukan adalah: Bagaimana pelaksanaan etika pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, sebagai tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan etika pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktisi

Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan sumbangan secara praktis, yaitu memberikan sumbangan pemikiran kepada semua pihak yang berhubungan dengan etika pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat digunakan untuk melakukan penelitian selanjutnya atau sejenisnya, serta dapat bermanfaat untuk memberikan

sumbangan pemikiran dalam mengembangkan ilmu di perbankan Syariah khususnya di etika pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

1.4.3 Kegunaan Akademis

Dapat memberikan saran dan masukan untuk keperluan bagi adik-adik kelas bahkan orang-orang yang membaca tulisan ini dapat mengenal implementasi etika pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian Hassan, Abul, Chachi, Abdelkader and Latiff, Salma Abdul (2008), dengan judul *Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku Etika Pemasaran Islam dan Dampaknya terhadap Kepuasan nasabah di Industri Perbankan Syariah. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku etika Islam akan memiliki dampak yang besar pada kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian Haque, Shariful and Golam Mohiuddin (2013), dengan judul *Marketing Ethics in Islam: A Model Based Theoretical Study*. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan kerangka konseptual pemasaran Islam dan Etika. Penelitian ini menggunakan studi konseptual berbasis teori. Hasil penelitian ini meliputi tiga model: Etika Pemasaran Konvensional dan Etika Pemasaran Islami dan Etika Model Kontinjensi Pengambilan Keputusan dalam Organisasi Pemasaran. Ada unsur-unsur Pemasar Islam untuk membawa pertimbangan mereka saat menbn jalankan bisnis mereka di pasar.

Menurut penelitian Azam and Sumaira (2014), dengan judul *Its Impact on Customer Satisfaction in Islamic Banking Industri of Pakistan*. Penelitian ini mencoba untuk mengkaji Etika Pemasaran Islam dan Dampaknya terhadap kepuasan Pelanggan dalam Industri Perbankan Syariah Pakistan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei dan pengambilan data. Dari hasil penelitian menunjukkan, dari 200 responden, 42% cukup setuju, 46% setuju, 11%

Sangat Setuju, 1% Tidak Setuju. Hipotesis dikembangkan. Hasilnya adalah Tidak akan ada perbedaan yang signifikan dalam pandangan Bisnis dan Kelas Salari Pelanggan individu menuju tingkat kepuasan terhadap etika pemasaran Islam Industri Perbankan Syariah Pakistan. Pandangan pelanggan kelas bisnis dan pelanggan individual yang digaji memuaskan kepuasan pelanggan. Pelanggan individu yang digaji lebih banyak puas dibandingkan dengan pelanggan kelas bisnis. Karena penghasilan bulannya terbatas.

Menurut penelitian Ahamedullah (2015), dengan judul *Islamic marketing ethics and its application in Islamic banking industry*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Etika pemasaran Islam dan aplikasinya di industri perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori perbankan Islam sebagian besar bertentangan dengan praktik dan proses implementasinya. Berbagai macam celah bisa mudah terlihat di antara mereka. Untuk menghindari celah ini di masa depan, perbankan syariah harus sangat fokus mempromosikan produknya.

Menurut penelitian Lubaba, Abu (2015), dengan judul Etika Pemasaran Pedagang Pasar Sore Kaliwungu Kendal Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui etika pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang Pasar Sore Kaliwungu Kendal dilihat dari etika pemasaran Islam. Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan analisis kualitatif, dan deskriptif analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap para pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika pemasaran, diantaranya 1). Kepribadian Spiritual dengan mewujudkan ketaqwaan kepada Allah SWT, tindakan ketaqwaan dengan cara bersedekah, sholat tepat

waktu dan sedikit sekali pedagang yang meninggalkan sikap ketaqwaan. 2). Keadilan dalam Bisnis, keadilan yang dilakukan diantaranya dengan memberikan harga murah ketika kualitasnya rendah 3). Pelayanan, memberikan pelayanan yang baik dan menerapkan S5 (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. 4). Ketepatan janji, masih sedikit yang melakukan tindakan perjanjian dikarenakan para pedagang khawatir tidak bisa memepati janji. 5). Kejujuran, kejujuran yang dilakukan dengan menjelaskan baik buruknya barang yang dijual.

Menurut penelitian Toriquddin, Moh (2015), dengan judul Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan etika pemasaran yang terdapat dalam al-Qur'an dan relevansinya pada praktik perbankan syariah saat ini. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kepustakaan (library research) yakni penelitian yang menelaah data-data yang bersumber dari bahan-bahan kepustakaan, dengan menggunakan metode tafsir tematik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga etika pemasaran yang terdapat dalam al- Qur'an yaitu: pemasaran beretika, pemasaran *professional*, pemasaran transparan. Disebut pemasaran beretika jika memenuhi dua komponen yaitu lemah lembut/ramah dan sopan santun, kemudian disebut pemasaran *professional* jika memenuhi dua komponen yaitu adil dalam promosi dan adil terhadap orang lain. Sedangkan yang dimaksud dengan pemasaran transparan jika memenuhi tiga komponen yaitu tidak menggunakan cara bathil, realistis dan bertanggung jawab. Selain itu, keberadaan pemasaran al-Qur'an sangat dibutuhkan alam dunia perbankan Syariah saat ini.

Menurut penelitian Debabi and Zarrad (2015), dengan judul *Islamic Marketing Ethics: A Literature Review*. Penelitian ini merupakan penelitian survei

deskriptif yang bertujuan untuk membahas konsep etika bisnis syariah dengan lima elemen bauran pemasaran. Hasil dari penelitian ini adalah praktik etika kerja umumnya dan etika kerja islami secara khusus akan meningkatkan tingkat pengalaman menyenangkan pelanggan dalam transaksi bisnis. Masalah yang sangat etis telah menjadi perhatian komunal di lingkungan bisnis akhir-akhir ini. Demikian juga praktik yang tidak etis akan menghalangi pelanggan untuk pergi lagi ke organisasi bisnis kurang memperhatikan hal ini isu (Bin Mohd Shamsudin, Bin Mohd Kassim, Hassan dan Johari, 2010). Dari perspektif Islam, kepatuhan terhadap kerangka etika Islam berbasis ekuitas dan Keadilan menjamin martabat dan kebebasan pikiran, hati nurani dan jiwa orang-orang dari semua jenis perbudakan Praktisi pemasaran harus menyadari bahwa mereka tidak hanya melayani mereka perusahaan, tapi mereka juga bertindak sebagai pelayan masyarakat dalam menciptakan, memfasilitasi dan melaksanakan transaksi yang efisien dan efektif yang merupakan bagian dari ekonomi yang lebih besar. Pemasar harus merangkul norma etika tertinggi yang menerapkan nilai professional dan etika yang diimplikasikan oleh mereka tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan, misalnya karyawan, investor, anggota saluran, regulator dan negara tuan rumah (Abuznaid, 2012).

Menurut penelitian Riaz, Muhammad (2016) dengan judul *Islamic Marketing Ethics and The Marketing Practices of Islamic Banks*. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana etika pemasaran Islam yang tercermin dalam praktik pemasaran Ibs. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kurangnya konsistensi dalam pelaksanaan etika pemasaran IB dalam praktik mereka.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Hassan, Abul, Chachi, Abdelkader and Latiff, Salma Abdul (2008) <i>Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfaction in the Islamic Banking Industry.</i>	Bertujuan untuk menganalisis perilaku Etika Pemasaran Islam dan Dampaknya terhadap Kepuasan nasabah di Industri Perbankan Syariah.	Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku etika Islam akan memiliki dampak yang besar pada kepuasan pelanggan.
2.	Haque, Shariful and Golam Mohiuddin (2013) dengan judul <i>Marketing Ethics in Islam: A Model Based Theoretical Study</i>	untuk mengembangkan kerangka konseptual pemasaran Islam dan Etika.	menggunakan studi konseptual berbasis teori	Hasil penelitian ini meliputi tiga model: Etika Pemasaran Konvensional dan Etika Pemasaran Islami dan Etika Model Kontinjensi Pengambilan Keputusan dalam Organisasi Pemasaran. Ada unsur-unsur Pemasar Islam untuk membawa pertimbangan mereka saat menjalankan bisnis mereka di pasar.
3.	Azam and Sumaira (2014) <i>Its Impact on Customer Satisfaction in Islamic Banking Industry of Pakistan.</i>	Penelitian ini mencoba untuk mengkaji Etika Pemasaran Islam dan Dampaknya terhadap kepuasan Pelanggan dalam Industri Perbankan Syariah Pakistan.	menggunakan metode kuantitatif dengan survey dan pengambilan data.	Dari hasil penelitian menunjukkan Dari 200 responden, 42% cukup setuju, 46% setuju, 11% Sangat Setuju, 1% Tidak Setuju. Hipotesis dikembangkan. Hasilnya adalah Tidak akan ada perbedaan yang signifikan dalam pandangan Bisnis dan Kelas Salari Pelanggan individu menuju tingkat

				kepuasan terhadap etika pemasaran Islam Industri Perbankan Syariah Pakistan. Pandangan pelanggan kelas bisnis dan pelanggan individual yang digajimemuaskan kepuasan pelanggan. Pelanggan individu yang digaji lebih banyak puas dibandingkan dengan pelanggan kelas bisnis. Karena penghasilan bulannya terbatas.
4.	Ahamedullah (2015) <i>Islamic marketing ethics and its application in Islamic banking industry.</i>	untuk mengetahui Etika pemasaran Islam dan aplikasinya di industri perbankan syariah.	menggunakan metode studi kasus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa teori perbankan Islam sebagian besar bertentangan dengan praktik dan proses implementasinya. Berbagai macam celah bisa mudah terlihat di antara mereka. Untuk menghindari celah ini di masa depan, perbankan syariah harus sangat fokus mempromosikan produknya.
5.	Lubaba, Abu (2015) Etika Pemasaran Pedagang Pasar Sore Kaliwungu Kendal Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	untuk mengetahui etika pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang Pasar Sore Kaliwungu Kendal dilihat dari etika pemasaran Islam.	Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan analisis kualitatif, dan deskriptif analisis.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap para pedagang menerapkan prinsip-prinsip etika pemasaran, diantaranya 1). Kepribadian Spiritual dengan mewujudkan ketaqwaan kepada Allah SWT, tindakan ketaqwaan dengan cara bersedekah, sholat tepat waktu dan sedikit sekali pedagang yang meninggalkan sikap ketaqwaan. 2). Keadilan

				<p>dalam Bisnis, keadilan yang dilakukan diantaranya dengan memberikan harga murah ketika kualitasnya rendah 3). Pelayanan, memberikan pelayanan yang baik dan menerapkan S5 (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun. 4). Ketepatan janji, masih sedikit yang melakukan tindakan perjanjian dikarenakan para pedagang khawatir tidak bisa memepati janji. 5). Kejujuran, kejujuran yang dilakukan dengan menjelaskan baik buruknya barang yang dijual.</p>
6.	<p>Toriquddin, Moh (2015) Etika Pemasaran Perspektifal-Qur'an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah.</p>	<p>bertujuan untuk mendeskripsikan etika pemasaran yang terdapat dalam al-Qur'an dan relevansinya pada praktik perbankan syariah saat ini.</p>	<p>Penelitian ini termasuk dalam penelitian kepustakaan (library research) yakni penelitian yang menelaah data-data yang bersumber dari bahan-bahan kepustakaan, dengan menggunakan metode tafsir tematik</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga etika pemasaran yang terdapat dalam al-Qur'an yaitu: pemasaran beretika, pemasaran profesional, pemasaran transparan. Disebut pemasaran beretika jika memenuhi dua komponen yaitu lemah lembut/ramah dan sopan santun, kemudian disebut pemasaran profesional jika memenuhi dua komponen yaitu adil dalam promosi dan adil terhadap orang lain. sedangkan yang dimaksud dengan pemasaran transparan jika memenuhi tiga komponen yaitu tidak menggunakan cara bathil, realistik dan</p>

				bertanggung jawab. Selain itu, keberadaan pemasaran al-Qur'an sangat dibutuhkan alam dunia perbankan Syariah saat ini.
7.	Debabi and Zarrad (2015) <i>Islamic Marketing Ethics: A Literature Review</i> .	untuk membahas konsep etika bisnis syariah dengan lima elemen bauran pemasaran.	penelitian survey deskriptif	Hasil dari penelitian ini adalah Praktik etika kerja umumnya dan etika kerja islami secara khusus akan meningkatkan tingkat pengalaman menyenangkan pelanggan dalam transaksi bisnis. Masalah yang sangat etis telah menjadi perhatian komunal di lingkungan bisnis akhir-akhir ini. Demikian juga praktik yang tidak etis akan menghalangi pelanggan untuk pergi lagi ke organisasi bisnis kurang memperhatikan hal ini isu (Bin Mohd Shamsudin, Bin Mohd Kassim, Hassan dan Johari, 2010). Dari perspektif Islam, kepatuhan terhadap kerangka etika Islam berbasis ekuitas dan Keadilan menjamin martabat dan kebebasan pikiran, hati nurani dan jiwa orang-orang dari semua jenis perbudakan Praktisi pemasaran harus menyadari bahwa mereka tidak hanya melayani mereka perusahaan, tapi mereka juga bertindak sebagai pelayan masyarakat dalam menciptakan,

				memfasilitasi dan melaksanakan transaksi yang efisien dan efektif yang merupakan bagian dari ekonomi yang lebih besar. Pemasar harus merangkul norma etika tertinggi yang menerapkan nilai profesional dan etika yang diimplikasikan oleh mereka tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan, misalnya karyawan, investor, anggota saluran, regulator dan negara tuan rumah (Abuznaid, 2012).
8.	Riaz, Muhammad (2016) <i>Islamic Marketing Ethics and The Marketing Practices of Islamic Banks.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana etika pemasaran Islam yang tercermin dalam praktik pemasaran IBs.	Penelitian ini menggunakan metode studi kasus.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kurangnya konsistensi dalam pelaksanaan etika pemasaran IB dalam praktik mereka.
9.	Della Yuana Wahida (2017), Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPRS Mitra Harmoni Malang.	Untuk mengetahui Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPRS Mitra Harmoni Malang	Metode Kualitatif Deskripti	-

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pemasaran

Pada mulanya, pemasaran dipandang tidak jauh berbeda dengan penjualan. Banyak perusahaan yang percaya bahwa dengan usaha dan biaya yang cukup, hampir setiap produk dapat dijual lewat iklan yang agresif. Namun, berangsur-angsur disadari bahwa memuaskan kebutuhan tertentu bagi pelanggan adalah

penting dalam meraih sukses. Pergeseran dramatis ini merupakan komponen pokok dalam apa yang sekarang dinamakan konsep pemasaran.

Perkembangan fungsi, kegiatan, serta cara pandang pemasaran sudah tentu akan diikuti perubahan pemahaman akan pemasaran yang diberikan oleh para ahli di bidang ini. Keanekaragaman pengertian yang diberikan dapat timbul sebagai akibat berbedanya sudut pandang dalam merumuskan definisi pemasaran. Ada ahli yang merumuskan definisi pemasaran. Ada ahli yang merumuskan definisi pemasaran berdasarkan fungsi atau tujuan pemasaran, kegiatan pemasaran itu sendiri, dan yang memformulasikan dengan memadukan sudut pandang di atas. Beberapa definisi pemasaran, antara lain:

- a) Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana seseorang atau sekelompok orang memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkannya melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai (Kotler, 1994 dalam buku Rivai 2012).
- b) Pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang atau jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat, pada tempat dan waktu yang tepat, serta harga yang tepat, dengan promosi dan komunikasi yang tepat (Assauri, 1992 dalam buku Rivai 2012).
- c) Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada dan pembeli potensial, namun tidak berakhir pada waktu penjualan dan transaksi. Semua keputusan yang diambil di bidang pemasaran harus ditunjukkan untuk menentukan produk, pasar, harga

promosi, dan sistem distribusinya (Sraton, 1998 dalam buku Rivai 2012).

- d) Pemasaran adalah suatu kegiatan pemindahan barang dari produsen ke konsumen dengan tujuan cepat, murah berkualitas, dan mudah dicapai dengan metode Production, Price, promotion, dan Distribution/place (3P+1D,P3D, atau 4P)melalui kerja sama dengan orang lain (Peters, et. al. 1993 dalam buku Rivai 2012).
- e) Pemasaran adalah perintah manajerial yang harus dikerjakan untuk menyusun tujuan-tujuan pemasaran dan mengatur pertukaran-pertukaran transaksi. Hal tersebut sesuai dengan kebutuhan konsumen dan potensi serta biaya-biaya yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen (Dollinger,1999 dalam buku Rivai 2012).
- f) Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Rivai, 2012).
- g) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada mampu pembeli potensial (Stanton, 1997 dalam buku Rivai 2012).

- h) Pemasaran adalah proses sosial dan manjerial di mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk dengan pihak lain. Dalam hal ini pemasaran merupakan proses pertemuan antara individu dan kelompok di mana masing-masing pihak ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan/inginkan melalui tahap penciptaan, penawaran, pertukaran (Kotler, 2008 dalam buku Rivai 2012).
- i) Pemasaran adalah cara memenuhi kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) para pembeli (*cutomer*).
- j) Pemasaran adalah fungsi bisnis yang luas (*bisiness-wide function*) yang tidak terlepas dari aktivitas bisnis lainnya.
- k) Pemasaran adalah usaha memahami para pemebeli (*understanding customer*) dan menemukan cara untuk menyediakan produk atau pelayanan yang dibutuhkan pembeli.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, pemasaran dapat digambarkan sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan yang ditunjukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang/jasa kepada pembeli secara individual maupun kelompok pembeli. Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi dalam suatu lingkungan yang dibatasi sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri, peraturan-peraturan, maupun konsekuensi sosial perusahaan, serta didasarkan pula pada prinsip inti yang meliputi: kebutuhan (*needs*), produk (*goods, service, dan idea*), permintaan

(*demands*), nilai, biaya, kepuasan, pertukaran, transaksi, hubungan, dan jaringan, pasar, pemasar, serta prospek.

Pemasaran pada dasarnya menitikberatkan konsumen, atau berorientasi pada konsumen daripada pesaing. Dalam hal ini *marketing* merupakan pusat dimensi dan gambaran seluruh bisnis sehingga sudut pandang konsumen merupakan hasil final dari keseluruhan usaha (Rivai, 2012:67).

2.2.2 Etika Pemasaran

Menurut Keraf, Sony (1998,25) Pemasaran adalah kegiatan menciptakan, mempromosikan dan menyampaikan barang atau jasa ke para konsumennya. Pemasaran berupaya untuk menciptakan nilai yang lebih dari pandangan konsumen atau pelanggan terhadap suatu produk perusahaan dibandingkan dengan harganya serta menampilkan nilai tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan produk pesaingnya.

Pemasaran merupakan salah satu fungsi utama dalam menentukan bisnis perusahaan. Tenaga pemasar merupakan sarana penghubung utama perusahaan dengan konsumen, atau dengan kata lain tenaga pemasar adalah ujung tombak bisnis perusahaan, karena merekalah yang memotivasi para konsumen untuk membeli produk perusahaan atau bertransaksi dengan perusahaan.

Pemasaran antara produk dan jasa juga sangat berbeda. Biasanya untuk produk manufaktur diperbolehkan untuk diiklankan di media baik massa maupun elektronik.

Sementara untuk jasa secara etis dan moral tidak diperbolehkan untuk diiklankan atau diungkapkan secara terbuka kepada khalayak umum. Apalagi untuk anggota profesi biasanya sudah ada kode etik tersendiri yang harus dipatuhi dan dijunjung tinggi, sebagai contohnya Akuntan dan Pengacara.

Etika pemasaran disini merupakan studi mengenai aspek-aspek moral dari kegiatan pemasaran, dalam kegiatan ini dinilai dengan pedoman apakah perbuatan yang dilakukan tersebut adalah sesuai dengan asas-asas menghormati manusia, dan adil atau tidak.

Seringkali para pemasar menghadapi dilema etik, suatu keadaan dimana seseorang harus memaksa memutuskan sesuatu tindakan, yang meskipun akan memberikan keuntungan baik bagi pribadi maupun organisasi, namun keputusan yang diambil itu dianggap tidak etis.

Perusahaan dalam memasarkan produknya hendaknya taat pada perjanjian kontrak dan perundangan yang berlaku. Perusahaan perlu menyadari bahwa mereka tergantung pada konsumen. Pelanggaran etika bukan hanya terjadi pada tahap proses produksi tapi juga terjadi pada tahap pemasaran.

Norma dan Etika umum dalam bidang pemasaran:

a. Etika Pemasaran dalam Produk

Produk yang dibuat berguna dan dibutuhkan masyarakat.

Produk yang dibuat berpotensi ekonomi atau benefit.

Produk yang dibuat bernilai tambah tinggi.

Produk yang dapat memuaskan masyarakat.

b. Etika pemasaran dalam konteks harga.

Harga diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat.

Perusahaan mencari margin laba yang layak.

Harga dibebani cost produksi yang layak.

c. Etika pemasaran dalam konteks tempat/distribusi.

Barang dijamin keamanan dan keutuhannya.

Konsumen mendapat pelayanan cepat dan tepat.

d. Etika pemasaran dalam konteks promosi.

Sebagai sarana menyampaikan informasi yang benar dan obyektif.

Sebagai sarana untuk membangun image positif.

Tidak ada unsur memanipulasi atau memberdaya konsumen.

Selalu berpedoman pada prinsip3 kejujuran.

Tidak mengecewakan konsumen.

2.2.3 Etika Pemasaran Islam

Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika dalam Alquran adalah *Khuluq*. Al-Quran juga menggunakan sejumlah istilah lain untuk menggambarkan konsep tentang kebaikan: *Khair* (kebaikan), *birr* (kebenaran), *qist* (persamaan), *'adl* (kesetaraan dan keadilan), *haqq* (kebenaran dan kebaikan), *ma'ruf* (mengetahui dan menyetujui) dan *takwa* (ketakwaan). Tindakan terpuji disebut dengan *salihat* dan tindakan yang tercela disebut sebagai *sayyiat* (Rivai, 2012:15).

Dalam khazanah pemikiran islam, etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Etika terdapat dalam materi-materi kandungan ayat-ayat Al-Quran yang sangat luas, dan dikembangkan dalam pengaruh filsafat yunani hingga sufi. Ahmad Amin memberi batasan, bahwa etika atau akhlak adalah ilmu yang menjelaskan makna baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan manusia kepada orang lain, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Etika merupakan jiwa ekonomi islam yang membangkitkan kehidupan dalam setiap peraturan dan syariat. Oleh sebab itu, etika

atau akhlak adalah hakikat-hakikat yang menempati ruang luas dan mendalam pada akal, hati nurani, dan perasaan seorang muslim.

Menurut Kartajaya dan Sula (2006,52), Pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (*business*) dalam Islam. Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

Sedangkan etika pemasaran Islam adalah prinsip-prinsip syariah marketer yang menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara Islam, yaitu memiliki kepribadian spiritual (takwa), jujur (transparan).

Menurut Rivai (2012,157) Kegiatan marketing atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sesungguhnya, sebagaimana yang dilakukan Rasulullah, yaitu relegius, beretika, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan inilah yang dinamakan *marketing* syariah, dan inilah konsep terbaik *marketing* untuk hari ini dan masa depan.

Prinsip *marketing* yang berakhlak ini sudah sepatutnya diterapkan dengan baik agar tidak terjadi kasus-kasus serupa, seperti yang dijumpai masa lalu, seperti kasus BLBI, mafia pajak, pemalsuan identitas informasi yang tidak transparan tentang produk, dan lain-lain. Pada kasus tersebut, nilai-nilai akhlak, moral, dan

etika sudah di abaikan. Sangat mengkhawatirkan jika hal ini menjadi kultur di dalam masyarakat.

Perspektif pemasaran dalam islam adalah ekonomi *Rabbani (difinity)*, realistis, humanis, dan seimbang. “Inilah yang membedakan sistem ekonomi islam dengan sistem ekonomi konvensional. *Marketing* menurut islam memiliki nilai dan karakteristik yang menarik.” ungkap praktisi ekonomi Islam dan pakar Fiqh Muamalah, Agustianto dalam buku Rivai (2012,157). Ia menambahkan, *marketing* islami meyakini bahwa perbuatan yang di lakukan seseorang akan dimintai pertanggungjawabannya kelak, selain itu *marketing* Islami mengutamakan nilai-nilai akhlak dan etika moral di dalam pelaksanaannya. Karena itu, *marketing* Islami menjadi penting bagi para tenaga pemasaran untuk melakukan penetrasi pasar sehingga apabila dirumuskan, dalam islam terdapat Sembilan macam etika (akhlak) yang harus dimiliki seorang tenaga pemasaran, yaitu:

- 1) Memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*)
- 2) Berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*)
- 3) Berlaku adil dalam berbisnis (*al’adl*)
- 4) Melayani nasabah dengan rendah hati (*khidmah*)
- 5) Selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfit*)
- 6) Jujur dan terpercaya (*al amanah*)
- 7) Tidak suka berburuk sangka (*su’udzon*)
- 8) Tidak suka menjelek-jelekan (*ghibah*)
- 9) Tidak melakukan suap (*risywah*)

Masih menurut Agustianto dalam buku Rivai (2012,162), persoalan etika bisnis merupakan kajian penting dalam islam. Pengertian etika adalah *a code or set*

of principles which people live (kaidah atau seperangkat prinsip yang mengatur hidup manusia).

Menurut Kartajaya dan sula (2006,67) ada sembilan etika pemasar, yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu:

- 1) Memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*)

Sebuah hadist diriwayatkan dari Umar r.a yang mengatakan, “Aku mendengar Rasulullah SAW. Bersabda: Sekiranya kalian bertawakal (menyerah) kepada Allah dengan sungguh-sungguh, maka Allah akan memberikan rezeki kepada kalian seperti burung yang keluar di pagi hari dengan perut kosong (lapar), tetapi kembali di sore hari dengan perut penuh (kenyang).” Hadis ini dengan jelas menerangkan bahwa betapa Allah akan memudahkan rezeki kepada kita sepanjang kita tetap bertawakal kepada-Nya dengan sungguh-sungguh. Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka. Ia hendaknya sadar penuh dan responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang maha pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Misalnya saja, ia harus menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan shalat, demikian juga dengan kewajiban-kewajiban yang lain. Hal ini sesuai dengan firman Allah yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُلْهِكُمْ اَمْوَالُكُمْ وَلَا اَوْلَادُكُمْ عَن ذِكْرِ اللّٰهِ وَمَنْ يَفْعَلْ ذٰلِكَ
فَاُوْلٰئِكَ هُمُ الْخٰسِرُوْنَ ﴿٩﴾

9. Hai orang-orang beriman, janganlah hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barangsiapa yang berbuat demikian maka mereka itulah orang-orang yang merugi.

2) Berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*)

Secara Bahasa, *Shiddiq* berasal dari kata “*shadaqa*” yang memiliki beberapa arti, yaitu benar, jujur, dapat dipercaya, sesuai apa yang dikatakan dengan apa yang diamalkan (integritas), ikhlas, tulus, keutamaan, kebaikan, dan kesungguhan.

Al-Quran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Allah Swt. Berfirman, “Dan berendah hatilah kamu terhadap orang-orang yang beriman.” Al-Quran juga mengajarkan untuk senantiasa rendah hati dan bertutur kata yang manis. Sebagai firman Allah dalam QS Luqman ayat 18-19 yang berbunyi:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ



وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

Artinya: 18. Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. 19. Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.

Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan mencakup semua sisi manusia. Sifat ini adalah sifat Allah yang harus dimiliki oleh kaum Muslim. Banyak ayat dalam Al-Quran dan hadis-hadis Rasulullah yang memerintahkan kaum Muslim untuk bermurah hati. Al-quran mengatakan bahwa Rasulullah adalah manusia yang sangat pengasih dan murah hati.

3) Berlaku adil dalam berbisnis (*al'adl*)

Berbisnislah kalian secara adil, demikian kata Allah. Mari kita lihat potongan firman-Nya, “berusahalah secara adil.” Ini adalah salah satu bentuk akhlak yang harus dimiliki seorang syariah *marketer*. Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah Swt. Sikap adil (*al-'adl*) termasuk di antara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam. Al-Quran telah menjadikan tujuan semua risalah langit adalah untuk melaksanakan keadilan. “Al-'adl” adalah termasuk di antara nama-nama Allah. Lawan kata dari keadilan adalah kezaliman (*al-zhulm*), yaitu sesuatu yang telah diharamkan Allah atas dirinya sebagaimana diharamkannya atas hamba-hambanya. Sebagaimana dalam al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 135 menjelaskan:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوَّٰمِيْنَ بِالْقِسْطِ شٰهَدَآءَ لِلّٰهِ وَلَوْ عَلٰٓى اَنْفُسِكُمْ اَوْ اَوْلَادِيْنَ
وَالْاَقْرَبِيْنَ اِنْ يَكُنْ غَنِيًّا اَوْ فَقِيْرًا فَاَللّٰهُ اَوْلٰىٰ بِهَمَّآ فَلَا تَتَّبِعُوْا الْهَوٰى اَنْ تَعْدِلُوْا وَاِنْ
تَلَوْا اَوْ تَعْرَضُوْا فَاِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُوْنَ خَبِيْرًا ﴿١٣٥﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.

4) Melayani nasabah dengan rendah hati (*khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang iman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnis. Rasulullah bersabda bahwa salah satu ciri orang

beriman adalah mudah bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun mudah bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun mudah bersahabat dengannya. Rasulullah bersabda, “Semoga Allah memberikan rahmat-nya kepada orang yang murah hati, sopan pada saat dia menjual, membeli, atau saat menuntut haknya.” Al-Quran memerintahkan dengan sangat ekspresif agar kaum Muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. sebagaimana surat Al-Maidah ayat 2:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعْبِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهُدَىٰ وَلَا الْقَلِيدَ وَلَا
 ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
 يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
 وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.

Ikatan Bankir Indonesia (2014:298) menjelaskan secara umum, standar layanan perbankan syariah meliputi:

1) Standar penampilan petugas

Penampilan prima yang ditampilkan karyawan bank syariah dapat berupa:

- a. Bersikap wajar dalam artian bersikap ramah. Bertindak wajar, tidak dibuat-buat, disertai intonasi yang baik.

- b. Selalu berpakaian rapi, serasi dan bersih, serta tidak menggunakan aksesoris atau makeup yang berlebihan.
- c. Memberikan sambutan berupa senyuman dan mengucapkan salam ketika bertemu atau berpiah dengan nasabah, termasuk ucapan terimakasih.
- d. Senantiasa bersikap optimis, tidak pesimis, dan tidak ragu-ragu dalam bertindak sehingga memberikan kesan mampu memberikan layanan yang optimal kepada nasabah.
- e. Bersikap dan berperilaku baik, gesit, mudah bergaul, dan cepat tanggap, namun tidak over acting di depan nasabah atau tamu yang membuat jengkel.
- f. Mendengarkan nasabah dengan penuh perhatian, dan sopan dalam melayani.
- g. Bersikap antusias saat menghadapi nasabah sehingga nasabah merasa memperoleh perhatian serius.
- h. Menjunjung tinggi kejujuran, kedisiplinan, semangat kerja, dan memelihara kesehatan dengan tidak merokok.

2) Standar kebersihan.

Kantor tidak sekedar tempat kerja, namun telah menjadi rumah singgah utama bagi karyawan dalam berkarier dan mencari nafkah sehingga ruang kerja harus ditata agar betah ditempati. Disamping itu juga kebersihan dan kerapian ruang kerja dapat menciptakan kenyamanan dan memberikan layanan kepada nasabah.

3) Pengetahuan produk dan jasa perbankan.

Dalam hal ini produk perbankan syariah berbeda dengan bank konvensional karena produknya lebih variatif, antara lain jual beli, sewa menyewa, sewa beli, gadai, pembiayaan bagi hasil, gadai, sukuk, dll. Keberagaman produk tersebut

menuntut penguasaan fiqih oleh para karyawan terkait produk yang ditawarkan selain teknis perbankan secara umum.

4) Standart berkomunikasi dengan nasabah.

Dalam hal ini komunikasi yang di bangun ketika melayani nasabah bank syariah harus mendasar, transparan, dan saling menguntungkan. Apalagi pemahaman masyarakat tentang bank syariah belum sebaik pemahaman terhadap konvensional sehingga karyawan bank syariah dituntut untuk menguasai prinsip dasar bank syariah, model akad, serta *product knowledge* yang berbeda dengan produk bank konvensional.

5) Standar penanganan keluhan nasabah.

Dalam hal ini penanganan yang di berikan harus cepat, tepat, dan memuaskan dengan memperhatikan beberapa hal berikut:

- a. Berempati dalam menerima keluhan (*emphaty*)
 - b. Kecepatan memberikan tanggapan (*quick response*)
 - c. Permintaan maaf (*apology*)
 - d. Kredibilitas (*creadibility*)
 - e. Perhatian (*attentiveness*)
- 5) Selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfit*)

Allat SWT. Berfirman tentang sikap amanah, “jika sebagian kamu memercayai sebagian lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah tuhananya” Allah SWT. Juga berfirman, sebagaimana dalam QS An-Nahl [16]: 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ

عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya: Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

6) Jujur dan terpercaya (*al amanah*)

Di antara akhlak yang harus menghiasi bisnis syariah dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Kadang-kadang sifat jujur dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang-orang awam manakala tidak dihadapkan godaan duniawi. Disinilah islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka. Su'udzon adalah awal dari penyakit hati. Orang yang mempunyai sifat su'udzon akan menafsirkan setiap apa yang terjadi akan menjadi jelek dalam pandangannya. Saling menghormati satu sama lain merupakan ajaran Nabi Muhammad Saw. Yang harus diimplementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkkan pengusaha yang lain, hanya bermotifkan persaingan bisnis. Amat naif jika perilaku seperti ini terdapat dalam praktisi bisnis, apalagi bagi praktisi yang sudah berani menempelkan atribut syariah sebagai positioning bisnisnya. Karena itu, sepatutnya akhlak para praktisi, akademisi, dan para pakar ekonomi syariah harus bisa menjadi teladan bagi umat. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.

7) Tidak suka berburuk sangka (*su'udzon*)

Saling menghormati satu sama lain merupakan ajaran Nabi Muhammad Saw. Yang harus diimplementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkkan pengusaha yang lain, hanya bermotifkan persaingan

bisnis. Amat naif jika perilaku seperti ini terdapat dalam praktisi bisnis, apalagi bagi praktisi yang sudah berani menempelkan atribut syariah sebagai positioning bisnisnya. Karena itu, sepatutnya akhlak para praktisi, akademisi, dan para pakar ekonomi syariah harus bisa menjadi teladan bagi umat. Allah Swt. Berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujaraat ayat 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.

8) Tidak suka menjelek-jelekan (*ghibah*)

Penyakit hati yang lain, selalu *su uzh-zhann*, yang banyak menimpa umat islam, termasuk mungkin praktisi dan akademis ekonomi syariah, adalah *ghibah*. Kita dilarang *ghibah* (mengumpat/menjelek-jelekan). Seperti firman Allah, “Dan jangan sebagian dari kamu mengumpat sebagian yang lain.” *Ghibah* disebut juga suatu ejekan merusak, sebab sedikit sekali orang yang lidahnya dapat selamat dari cela dan cerca.

Hal yang demikian sangatlah tidak dibenarkan sebagaimana dalam firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain.

Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.

9) Tidak melakukan suap (*risywah*)

Dalam syariah, menyuap (*risywah*) hukumnya haram, dan menyuap termasuk dalam kategori makan harta orang lain dengan cara batil. Memberikan sejumlah uang dengan maksud agar kita dapat memenangkan tender suatu bisnis, atau memberikan sejumlah uang kepada hakim atau penguasa agar kita dapat memperoleh hukuman yang lebih ringan atau termasuk dalam kategori suap (*risywah*). Islam mengharamkan orang muslim menyuap penguasa dan pembantu-pembantunya. Rasulullah Saw. Bersabda, “Allah melaknat penyuap dan penerima-suap dalam hukum” (H.R. Ahmad, Al-Tirmidzi, dan Ibnu Hibban).

Peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/19/PBI/2007 disana dijelaskan bahwasanya “*Risywah*” adalah tindakan suap dalam bentuk uang, fasilitas, atau bentuk lainnya yang melanggar hukum sebagai upaya mendapatkan fasilitas atau kemudahan dalam suatu transaksi. Dalam syariah, menyuap (*risywah*) hukumnya haram, dan menyuap termasuk dalam kategori memakan harta orang lain dengan cara batil. Memberi dan menerima uang suap dalam bentuk apapun dalam menjalankan tugas adalah diharamkan oleh syariat.

Dalam Asnawi dan Fanani (2017:244), secara rinci (Kertajaya dan sula dalam buku Asnawi dan Fanani 2017) mengidentifikasi etika marketer yang menjadi *guideline* dalam praktik IM antara yaitu memiliki kepribadian spiritual (*taqwa*), berperilaku baik dan simpatik (*shiddiq*), berlaku adil dalam bisnis (*al’adl*), bersikap melayani dan rendah hati (*khidmah*), menepati janji dan tidak curang (*tahfit*), jujur dan terpercaya (*al amanah*), tidak berburuk sangka (*su’udzan*), tidak

menjelek-jelekan (*ghibah*) dan tidak melakukan suap (*risywah*). Dalam islam, Allah telah memberikan panduan dan tata cara secara jelas mengenai etika dalam bermuamalah sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dan melalui suri tauladan Nabi Muhammad Saw. (Sunah). Petunjuk dan tata cara yang diajarkan dalam Islam tentang etika berhubungan dengan perilaku dan aktivitas sehari-hari serta berlaku pula untuk *guideline* pelaksanaan bisnis. Seorang Muslim seharusnya memiliki kemantapan dalam jiwa tentang keimanan kepada Allah sehingga memacu pada setiap aktivitasnya untuk menunjukkan perilaku yang salami karena orang yang memiliki keimanan dalam hatinya akan senantiasa merasa dekat dan melekatkan dirinya pada pengawasan Allah SWT. Dalam setiap praktik bisnisnya. Tuntunan yang harus dilakukan bagi pelaku bisnis yang memiliki etika dalam Islam dijabarkan sebagai berikut:

1) Berkata Jujur (*Be Truthful*)

Dalam islam kejujuran berarti mengamalkan atau mengaplikasikan apa yang disampaikan. Singkatnya, perkataan sesuai dengan perbuatan. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman QS Al-Ma'idah [5]: 119:

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١١٩﴾

Artinya: "Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar kebenaran mereka. Bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selama-lamanya; Allah ridha terhadap-Nya. Itulah keberuntungan yang paling besar".

2) Bersikap Jujur (*Be Honest*)

Kejujuran merupakan bukti kualitas dari perilaku bisnis Muslim dan harus dipraktikan dan melekat pada diri pelaku bisnis, misalnya bersikap jujur pada saat

menimbang atau menukar sesuatu. Titik penekanan sikap ini terletak pada kejujuran pelaku bisnis dalam menginformasikan produk secara apa adanya, sebagaimana firman Allah QS Al-Muthafifin [83]: 1:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾

Artinya: "Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang."

- 3) Mencintai Allah Melebihi dari Kegiatan Bisnis (*Love Allah more than your Trade*)

Seorang muslim harus mencintai Allah bahkan dilalui dengan mengorbankan segala sesuatu. Al-Qur'an menekankan bahwa seorang Muslim harus mematuhi perintah Allah sebagai dzat tertinggi (QS At-Taubah [9]: 24)

قُلْ إِنْ كَانَ ءَابَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ
أَقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِّنْ
اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللّٰهُ بِأَمْرِهِ ۗ وَاللّٰهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ
الْفٰسِقِينَ ﴿٢٤﴾

Artinya: "jika bapa-bapa, anak-anak, saudara-saudara, isteri-isteri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai dari Allah dan Rasul-Nya dan dari berjihad di jalan-Nya, maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya". Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik.

- 4) Bersifat konsultatif (*Be Consultative*)

Kosultasi merupakan salah satu ciri dari seorang manajer Muslim. Allah Swt. menekankan pentingnya konsultasi sebagai media untuk mencari solusi terbaik. Firman Allah Swt. dalam Al-Qur'an dan As-Syura [42]: 38:

وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣٨﴾

Artinya: “Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhannya dan mendirikan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarat antara mereka; dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka.”

5) Menjaga Perkataan (lisan) (*Keep the Word*)

Lisan adalah sebuah daging yang lunak tidak bertulang tetapi tajam bagaikan pedang. Bahkan Imam Ghozali berkata, yang paling tajam di dunia ini adalah lidah. Dalam hadist dikatakan “*asrotul kodami khoirun min asrotil lisani*” atau “*salamatul insan fi hifdzil lisani*”, keselamatan manusia itu bergantung pada lisannya (menjaga lisan). Bahkan keberhasilan dalam menjaga lisan merupakan kunci masuk surge. Rasulullah Saw. Bersabda “*Siapa yang beriman kepada Allah Swt. dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata baik, atau diam,*” (Muttafaqun ‘alaih). Dalam Al-Qur’an Allah berfirman dalam QS An-Nisa [4]: 114:

﴿لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّنْ مَّجْوَئِهِمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ أَتْبَعَا مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا ﴿١١٤﴾﴾

Artinya: “Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma’ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keridhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar.”

6) Bersabar (*Be Patient*)

Pelaku bisnis Islam tidak boleh marah dan tidak boleh mudah jengkel atau terprovokasi. Hal ini ditekankan melalui firman Allah dalam QS Al-Furqaan [25]: 63 dan QS Ali ‘Imran [3]: 134:

﴿الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَنُظْمِ الْعَظِيمِ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٣٤﴾﴾

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan”

7) Bersikap Jujur dan Adil (*Be Fair and Just*)

Seorang pelaku bisnis muslim harus jujur dan adil dalam semua transaksinya. Dia harus bersikap adil dengan karyawan, misalnya dengan memberikan upah yang adil dengan karyawan, misalnya dengan memberikan upah yang adil sebelum keringatnya kering dan bersikap adil dengan makhluk lain. Orang yang adil selalu bersikap imparisial, suatu sikap tidak memihak kecuali kepada kebenaran. Bukan berpihak karena pertemanan, persamaan suku, bangsa maupun agama. Keberpihakan yang bukan berdasarkan pada kebenaran dalam Al-Qur'an disebut sebagai keberpihakan yang mengikuti hawa nafu dan itu dilarang keras dan dengan sangat jelas Allah menegaskan bahwa nafsu dan itu dilarang keras dan dengan sangat jelas Allah menegaskan bahwa kebencian terhadap suatu golongan, atau individu, janganlah menjadi pendorong untuk bertindak tidak adil. Hal ini ditekankan dalam QS An-Nisa' 135 dan QS Al-Ma'idah [5]: 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِٱلْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلّٰهِ وَلَوْ عَلَىٰٓ أَنفُسِكُمْ ؕ أَوِ ٱلْوَالِدِينَ
وَٱلْأَقْرَبِينَ ؕ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَٱللّٰهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا ؕ فَلَا تَتَّبِعُوا ٱلْهَوَىٰٓ أَن تَعْدِلُوا ؕ وَإِن
تَلَوْتُمْ أَوْ نَعَرَضْتُمْ ؕ فَإِنَّ ٱللّٰهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ﴿١٣٥﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.”

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلّٰهِ شُهَدَاءَ بِٱلْقِسْطِ ؕ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ
أَلَّا تَعْدِلُوا ؕ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَٱتَّقُوا ٱللّٰهَ ؕ إِنَّ ٱللّٰهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٣٥﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

8) Rendah Hati (*Be Humble*)

Sifat rendah hati merupakan kebalikan dari sifat arogan. Rendah hati dalam Bahasa agama dikenal dengan istilah tawadhu'. Orang yang tawadhu' adalah orang menyadari bahwa semua kenikmatan yang didapatnya bersumber dari Allah Swt. melalui pemahaman tersebut maka tidak pernah tersebrsit sedikitpun dalam hatinya kesombongan dan merasa lebih baik dari orang lain, tidak merasa bangga dengan potensi dan prestasi yang sudah dicapainya. Seseorang yang tawadhu' tetap rendah diri dan selalu menjaga hati dan niat segala amal salehnya, tetap menjaga keikhlasan amal ibadahnya hanya karena Allah. Menjadi orang yang rendah hati merupakan karakteristik besar seorang muslim. Orang bisnis harus rendah hati karena sifat ini merupakan sifat mulia. Hal ini ditekankan dalam firman Allah QS Ast-Syu'araa' [26]: 215 dan QS Al-Isra [17]: 37:

وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ ﴿٢١٥﴾

Artinya: “dan rendahkanlah dirimu terhadap orang-orang yang mengikutimu, yaitu orang-orang yang beriman.”

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَن تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَن تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا ﴿٣٧﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu berjalan di muka bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya kamu sekali-kali tidak dapat menembus bumi dan sekali-kali kamu tidak akan sampai setinggi gunung,”

9) Berpuas Diri (*Be Complacent*)

Merasa puas atas apa yang telah dilakukan merupakan karakteristik dari pebisnis Muslim. Pebisnis Muslim harus memiliki rasa puas dengan apa yang Allah

berikan. Berbeda dengan paham kemajuan yang telah dilakukan oleh bangsa Barat yang notabene tidak mengenal istilah puas, yang ada adalah nafsu ingin terus menguasai. Hal ini didasari melalui firman Allah Swt. QS Al-Ma'idah [5]:119, QS Al-Fajr [89]: 28:

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿١١٩﴾

Artinya: "Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar kebenaran mereka. Bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selama-lamanya; Allah ridha terhadap-Nya. Itulah keberuntungan yang paling besar".

أَرْجِعْ إِلَىٰ رَبِّكَ رَاضِيَةً مَرْضِيَّةً ﴿١٢٠﴾

Artinya: "Kembalilah kepada Tuhanmu dengan hati yang puas lagi diridhai-Nya."

10) Bermurah Hati (Dermawan) (*Be Generous*)

Sifat dermawan merupakan kebalikan dari sifat pelit (*bhakil*). Menanamkan sifat pemurah dalam diri seorang muslim. Dalam terminology Islam dikenal dengan istilah Al-Kariim (pemurah). Al-Kariim adalah karakteristik dari pelaku bisnis Islam. Mereka harus bermurah hati baik dalam bentuk materi dan non materi kepada orang yang membutuhkan. Islam mendorong orang untuk memberikan sedekah dan wajib zakat. Zakat inilah merupakan tata cara bentuk bermurah hati yang ditentukan oleh hukum islam. Tanggung jawab sosial bagi pelaku bisnis merupakan prinsip penting dalam manajemen. Di antara sifat Allah adalah Al-Kariim (Maha Pemurah). Tentu Allah Swt. Amat mencintai orang yang bersifat pemurah dan Allah Swt. membenci orang yang bersifat kikir. Firman Allah Swt. QS Muhammad [47]:38:

هَاتِنْتُمْ هَتُولَاءِ تُدَعُونَ لِتَنفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَمِنْكُمْ مَن يَبْخُلُ وَمَن يَبْخُلْ فَإِنَّمَا يَبْخُلُ عَن نَّفْسِهِ وَاللَّهُ الْغَنِيُّ وَأَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ وَإِن تَتَوَلَّوْا يَسْتَبَدِلْ قَوْمًا غَيْرَكُمْ ثُمَّ لَا يَكُونُوا أَمْثَلَكُمْ ﴿٣٨﴾

Artinya: "Ingatlah, kamu ini orang-orang yang diajak untuk menafkahkan (hartamu) pada jalan Allah. Maka di antara kamu ada yang kikir, dan siapa yang kikir sesungguhnya dia hanyalah kikir terhadap dirinya sendiri. Dan Allah-lah yang Maha Kaya sedangkan kamulah orang-orang yang berkehendak (kepadanya); dan jika kamu berpaling niscaya Dia akan mengganti (kamu) dengan kaum yang lain; dan mereka tidak akan seperti kamu ini."

11) Berwibawa/Bermartabat (*Be Dignified*)

Seorang pelaku bisnis tidak boleh memanjakan diri dalam investasi yang tidak halal. Halal adalah kebalikan dari haram. Halal berarti beretika, sedangkan haram adalah tidak etis. Contoh pendapatan haram bagi seorang muslim adalah melakukan perdagangan barang yang mengandung alcohol, perdagangan obat bius, penyuapan, bisnis prostitusi dan investasi yang tidak halal (kasino).

12) Dapat Dipercaya (Amanah) (*Be Trustful*)

Sifat amanah berarti memberikan hak kepada orang lain. Misalnya, meminjam uang dari seseorang dan diharuskan untuk mengembalikannya pada waktu yang telah disepakati tanpa bunga maka komitmen tersebut ditaati yaitu dengan mengembalikan secara utuh dan tanpa bunga. Sebuah pinjaman tanpa bunga yang bersifat kebaikan dalam sistem keuangan Islam disebut dengan qardul hasan.

Firman Allah tentang pentingnya amanah terdapat dalam QS An-Nisa' [4]: 58:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾﴾

Artinya: "Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah

memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

13) Ramah/Bersahabat (*Be Friendly*)

Seorang Muslim harus bersikap ramah dan bersatu setiap saat. Tidak diskriminasi di antara umat Islam, terlepas dari kebangsaan, jenis kelamin atau warna kulit. Satu-satunya perbedaan antara Muslim satu dengan yang lain terletak pada dasar ketakwaan sebagaimana firman Allah Swt. QS Al-Hujarat [49]:10 dan 13:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿١٠﴾ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: 10. “Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.” 13. “Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.”

14) Adil/Wajar (*Be Equitable*)

Keadilan adalah kebalikan dari ketidakadilan. Seorang manajer Muslim harus bersikap adil. Dalam islam orang harus diperlakukan secara wajar dan berkeadilan. Firman Allah Swt. QS An-Nahl [16]: 90:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

15) Jangan Terlibat dalam Kecurangan (*Do Not be Involved in Fraud*)

Seorang pebisnis Muslim harus memperlakukan orang lain dengan cara yang sama (baik) sebagaimana ia sendiri ingin diperlakukan baik juga tentunya.

Firman Allah Swt. QS Al-Ma'idah [5]: 58:

وَإِذَا نَادَيْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ اتَّخَذُوهَا هُزُوءًا وَلَعِبًا ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْقِلُونَ ﴿٥٨﴾

Artinya: “Dan apabila kamu menyeru (mereka) untuk (mengerjakan) sembahyang, mereka menjadikannya buah ejekan dan permainan. Yang demikian itu adalah karena mereka benar-benar kaum yang tidak mau mempergunakan akal.”

16) Jangan Menyuaip (*Do Not Bribe*)

Praktik segala macam suap (riswah) dilarang dalam islam, termasuk perbuatan batil. Namun, harus ada perbedaan antara sedekah (sumbangan), hadiah dan suap. Hadiah merupakan sesuatu yang diberikan kepada orang lain tanpa imbalan. Dalam islam sangat ditekankan untuk mempererat persahabatan dan saling menyayangi. Rasulullah Saw. bersabda, “Saling memberi hadiahlah kalian, niscayha kalian saling mencintai.” (HR Al-Bukhari, Al-Baihaqi, Abu Ya’la). Suap dalam islam merupakan perbuatan tidak etis. Suap digunakan untuk mempengaruhi keputusan. Larangan melakukan suap secara tegas telah diterangkan dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah [1]: 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.”

Menurut buku lain, Hasan (2010,19), kunci etis dan moral bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke

dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak. Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis islami, yang mencakup hal-hal berikut ini:

a) *Husnul Khuluq.* Pada derajat ini, Allah akan melapangkan hatinya dan akan membukakan pintu rejeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut. Akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis. Salah satu dari akhlak yang baik dalam bisnis islam adalah kejujuran (Q.S Al-Ahzab: 70-71). Sebagian dari makna kejujuran adalah seorang pengusaha senantiasa terbuka dan transparan dalam jual belinya: *“tetapkanlah kejujuran karena sesungguhnya kejujuran mengantarkan kepada kebaikan mengantarkan kepada surge.”* (H.R Bukhari dan Muslim).

b) *Amanah.* Islam menginginkan seseorang pebisnis muslim mempunyai hati yang tanggap, dengan menjaganya dengan memenuhi hak-hak Allah dan manusia, serta menjaga muamalahnya dari unsur yang melampaui batas atau sia-sia. Seorang pebisnis muslim adalah sosok yang dapat dipercaya, sehingga ia tidak menzalimi kepercayaan yang diberikan kepadanya: *“Tidak ada iman bagi orang yang tidak punya amanat (tidak dapat dipercaya) dan tidak ada agama bagi orang yang tidak menepati janji, pedagang yang jujur dan amanah (tempatny di surga) bersama para nabi, shiddiqin (orang yang jujur) dan para syuhada”* (H.R. Tirmidzi dan Ibnu Majah).

c) *Toleran* juga merupakan kunci sukses pebisnis muslim, toleran membuka kunci rezeki dan sarana hidup tenang. Manfaat toleran adalah mempermudah pergaulan, mempermudah urusan jual beli, dan mempercepat kembalinya modal: *“Allah mengasihi orang yang bersikap baik dalam menjual, membeli dan melunasi*

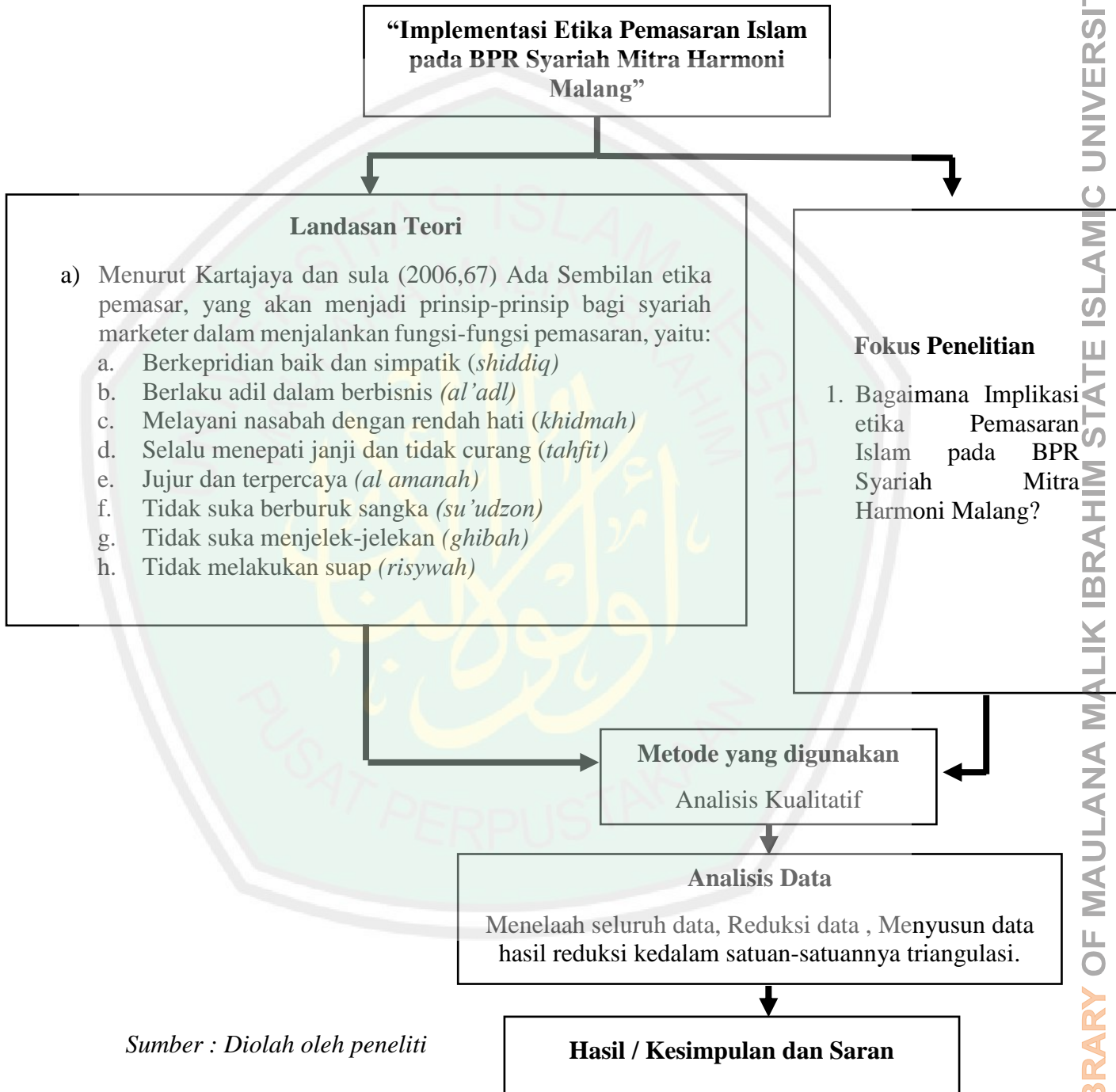
utang” (H.R. Bukhari). Konsekuensi terhadap akad dan perjanjian merupakan kunci sukses yang lain dalam hal apapun dan Allah memerintahkan kita untuk hal itu: *“hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu”* (Q.S. Al-Maidah: 1). *“dan penuhilah janji, sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya”* (Q.S Al-Isra: 34). Menepati janji mengeluarkan orang dari kemunafikan sebagaimana sabda Rasulullah: *“Tanda-tanda munafik itu tiga perkara, ketika berbicara ia dusta, ketika sumpah ia ingkari, ketika dipercaya ia khianat”* (H.R. Bukhari Muslim).

Pemasaran merupakan mesin *“dealing with the customer’s”* yang dinamis dan intensif berinteraksi dengan pasar. Dalam konteks etika, pemasaran yang berorientasi syariah, Pemasaran harus dibimbing oleh alquran dan hadis dalam menawarkan produk kepada konsumen.

2.3 Kerangka Berfikir

Gambar 2.1

Kerangka berfikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif. Dimana penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci untuk melihat pengalaman orang – per orang (individu), kehidupan kelompok, kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial yang digunakan untuk membantu memecahkan masalah dengan perspektif mereka sendiri (Rustanto, 2015:12). Spesifikasi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu dengan deskriptif analitis, sifatnya hanya menggambarkan objek penelitian, berupa penggambaran terkait “Implementasi Etika Pemasaran Islam Pada BPR Syariah Mintra Harmoni Malang” dan bersifat analisis sehingga gambaran yang di analisis dapat ditarik kesimpulan yang bisa di pertanggung jawabkan.

3.2 Situs Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil adalah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang, yang berkedudukan di Jl Ahmad Yani No. 20 G Kota Malang. Pemilihan ini didasari oleh keunggulan dalam strategi pemasaran yang berbeda dengan bank lain yaitu berupa penerapan strategi pemasaran jemput bola pada nasabah, yang mana sistem jemput bola merupakan sistem pemasaran yang dilakukan penyedia jasa/penjual produk dengan cara menghubungi calon pelanggan satu demi satu. Melalui strategi pemasaran jemput bola yang dilakukan bprs mitra harmoni Malang, membuat masyarakat sekitar tertarik untuk

menggunakan jasa BPRS Mitra Harmoni Malang. Oleh karena itu untuk mencari dan mempertahankan nasabah maka perlu adanya etika dalam strategi pemasaran yang diterapkan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang agar dalam menjalankan strategi pemasarannya berupa jemput bola tidak ada tindakan kriminal yang dilakukan.

3.3 Subyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah bagian Pimpinan, Manajer Operasional, pimpinan, Bagian Pemasaran dan beberapa nasabah BPR Syariah Mintra Harmoni Malang selaku informan yang bergerak dalam bidang implementasi pemasaran. Sedangkan obyek penelitiannya adalah Pada BPR Syariah Mintra Harmoni Malang. Adapun alasan memilih untuk beberapa informan tersebut karena:

1. Pimpinan BPRS Mitra Harmoni Malang selaku pemimpin dan pengambil kebijakan dalam perusahaan dalam pelaksanaan etika pemasaran islam pada objek penelitian.
2. Kabid Pemasaran & PBY selaku pemerhati jalannya proses marketer dalam perusahaan yang mencakup tentang segala bidang termasuk etika pemasaran islam.
3. Bagian Pemasaran selaku pelaksana dalam mencari nasabah dengan jemput bola.
4. Nasabah selaku sasaran jemput bola oleh Bagian pemasaran dari mulai nasabah pembiayaan, tabungan, bahkan pembayaran angsuran.

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*, dimana *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Sedangkan *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar dikarenakan sumber data yang sedikit belum mampu memberikan data yang memuaskan (Rustanto, 2015:52).

3.4 Data Dan Jenis Data

Data dan jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer yakni data yang diperoleh langsung dari lapangan yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara. Data yang diambil dari hasil wawancara dan observasi dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari perusahaan berupa data mengenai bagaimana Implementasi Etika pemasaran islam Pada BPR Syariah Mintra Harmoni malang dan data yang didapat dari hasil wawancara dengan Nasabah BPR Syariah Mintra Harmoni malang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber data dari penelitian ini berasal dari literatur-literatur seperti buku-buku, jurnal-jurnal penelitian, makalah-makalah, majalah, surat kabar, penelitian-penelitian sebelumnya maupun data yang telah disediakan oleh pihak lain yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari informasi dari jurnal, artikel, website resmi BPRS Mitra Harmoni Malang dan hal yang terkait tentang Etika pemasaran islam.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan adalah data variatif dengan beberapa cara, antara lain:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi yang sangat menentukan dalam proses penelitian, adapun wawancara merupakan suatu cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi secara lisan dari informan, melalui interaksi verbal secara langsung dengan tatap muka atau menggunakan media pembantu (seperti telepon), dengan tujuan untuk memperoleh data yang dapat menjawab permasalahan penelitian yang terkait yakni para praktisi BPRS dan juga nasabah (Rustanto, 2015:18).

2. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. Peneliti mengamati langsung bagaimana kondisi lingkungan objek penelitian, seperti memperhatikan etika pemasaran islam pada BPRS Mitra Harmoni Malang.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subyek sendiri atau oleh orang lain tentang subyek. Pada penelitian ini penulis melakukan dokumentasi dari informan yang peneliti wawancarai. Serta berkas-berkas yang penulis butuhkan salah satunya yaitu Standar Operasional Perusahaan.

3.6 Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data dalam penelitian kualitatif, sehingga data yang ada valid dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti akan melakukan

triangulasi (*check dan recheck*). Triangulasi merupakan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Triangulasi dibagi menjadi 3 yaitu (Sugiyono, 2009:73).

1. Triangulasi sumber merupakan pengujian untuk menguji kredibilitas data, dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda.
3. Triangulasi waktu merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang valid sehingga lebih kredibel.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 3 metode, dimana peneliti menguji data yang didapat dari 3 informan yang tergabung dalam Implementasi Etika pemasaran islam, dengan membandingkan antara satu informan dengan informan yang lain. Informan tersebut dianggap paling mengetahui atau mengerti mengenai rumusan permasalahan yang diangkat. Melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang berbeda, misalnya dengan wawancara, dengan menggunakan observasi, dll. Melakukan penelitian di hari aktif atau hari kerja.

3.7 Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan

ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Rustanto, 2015:71). Ada tiga tahapan untuk melakukan analisis data, yaitu:

1. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber baik dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam pengamatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto, dan sebagainya.
2. Reduksi data. Data yang telah dibaca, dipelajari dan ditelaah tersebut mungkin sangat banyak sekali jumlahnya, sehingga memerlukan reduksi (pengurangan, penyusutan dan penurunan) dengan cara membuat abtraksi-abtraksi. Ini merupakan usaha membuat rangkuman dengan tetap menjaga inti, proses dan pertanyaan-pertanyaan yang ada.
3. Menyusun data hasil reduksi kedalam satuan-satuannya. Memeriksa keabsahan data, melakukan penafsiran data dalam mengolah hasil sementara menjadi teori substantif.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data

4.1.1 Latar Belakang PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang

PT. BPR Syariah Mitra Harmoni yang beralamatkan di Jl Ahmad Yani No. 20 G Blimbing merupakan sebuah lembaga yang bergerak dibidang penyedia jasa keuangan bagi usaha mikro dan menengah dengan menerapkan prinsip syariah. BPR Syariah yang berdiri pada tanggal 20 November 2010 ini merupakan salah satu jaringan BPR Nusamba dan Mitra Harmoni Group. Jaringan ini beroperasi di wilayah Jawa-Bali, dan saat ini telah memiliki 21 kantor cabang BPR serta 4 kantor BPR Syariah. Jaringan grup ini adalah sebagai berikut:

- 1) PT. BPR Nusamba Plered Kab. Purwakarta
- 2) PT. BPR Nusamba Sukaraja Kab. Sukabumi
- 3) PT. BPR Nusamba Tanjungsari Kab. Garut
- 4) PT. BPR Nusamba Singaparna Kab. Tasikmalaya
- 5) PT. BPR Nusamba Indramayu Kab. Indramayu
- 6) PT. BPR Nusamba Adiwerna Kab. Tegal
- 7) PT. BPR Nusamba Pecangan Kab. Jepara
- 8) PT. BPR Nusamba Cepiring Kab. Kendal
- 9) PT. BPR Nusamba Ampel Kab. Boyolali
- 10) PT. BPR Nusamba Banguntapan Kota Yogyakarta
- 11) PT. BPR Nusamba Temon Kab. Kulon Progo
- 12) PT. BPR Nusamba Brondong Kab. Lamongan
- 13) PT. BPR Nusamba Genteng Kab. Banyuwangi

- 14) PT. BPR Nusamba Wlingi Kab. Blitar
- 15) PT. BPR Nusamba Ngunut Kab. Tulungagung
- 16) PT. BPR Nusamba Rambipuji Kab. Jember
- 17) PT. BPR Nusamba Mengwi Kab. Badung
- 18) PT. BPR Nusamba Kabutambahan Kab. Singaraja
- 19) PT. BPR Nusamba Tegallalang Kab. Gianyar
- 20) PT. BPR Nusamba Manggis Kab. Karangasem
- 21) PT. BPR Mitra Harmoni Mataram
- 22) PT. BPRS Mitra Harmoni Semarang Kota Semarang
- 23) PT. BPRS Mitra Harmoni Yogyakarta Kota Yogyakarta
- 24) PT. BPRS Mitra Harmoni Malang Kota Malang
- 25) PT. BPRS Mitra Harmoni Bandung Kota Bandung

PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang merupakan satu diantara 4 bank syariah yang tergabung dalam jaringan BPR Nusamba dan Mitra Harmoni Group didirikan dengan susunan kepemilikan saham sebesar 99,75% oleh PT. Sentra Modal Harmoni dan sisanya sebesar 0,25% dimiliki oleh Ir. Teguh Panutojudo Slamet. Selanjutnya, dalam menjalankan operasional usahanya sesuai dengan perijinan yang dikeluarkan oleh pemerintah, yakni Anggaran Dasar Perseroan No. 56 tahun 2009, yang telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia No. AHU-45630.AH.01.01 tahun 2009, serta izin usaha yang dikeluarkan oleh Gubernur Bank Indonesia No. 12/66/Kep.GBI/DpG/2010 pada tanggal 6 Oktober 2010. (<http://bprsmh-malang.co.id/about-us>, diakses pada tanggal 2 oktober 2017).

A. Perijinan

PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam operasionalnya sesuai dengan perijinan yang dikeluarkan oleh pemerintah dan Gubernur Bank Indonesia, yaitu:

1. Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia

- a. Anggaran Dasar Perusahaan No. 56 Tahun 2009 yang dibuat oleh Notaris Arswendi Kamuli, SH. di Jakarta, yang telah disahkan oleh Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia No. AHU.45630.AH.01.01 Tahun 2009.
- b. Perubahan Anggaran Dasar Perseroan No. 49 Tanggal 23 Juli 2010 oleh Notaris Arswendy Kamuli, SH dan telah disahkan oleh Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia No. AHU.AH.01.10.21731, tanggal 23 Agustus 2010.

2. Bank Indonesia

- a. IJIN PRINSIP No. 11/606/DPbS tanggal 14 Mei 2009.
- b. IZIN OPERASIONAL sesuai Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/66/KEP.GBI/DpG/2010 tanggal 6 Oktober 2010.

3. Perijinan Pemerintah Daerah

- a. SIUP/HO.530.008/1938/35.73.407/2009, tanggal 25 Agustus 2009.
- b. TANDA DAFTAR PERUSAHAAN No. 130816501435 tanggal 16 Oktober 2009.
- c. NOMOR POKOK WAJIB PAJAK NO. 21.129.929.2.651.000

4.1.2 Visi dan Misi PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang

Melalui moto “Pilihan Tepat, Amanah, dan Menguntungkan Sesuai dengan Prinsip Syariah”, maka perlu adanya visi dan misi guna mewujudkan tujuan perusahaan. Visi dan Misi dari BPRS Mitra Harmoni Malang adalah sebagai berikut:

Visi

Menjadi bank yang terpercaya dan membangun masa depan.

Misi

- a. Mendayagunakan seluruh asset perusahaan dengan semaksimal dan seefisien mungkin.
- b. Menjalin kemitraan secara *professional* dan saling menguntungkan dengan seluruh *Stakeholders* untuk kelangsungan dan pertumbuhan bisnis.
- c. Mengoptimalkan seluruh potensi sumber daya yang dimiliki secara kreatif, inovatif, dan produktif guna memberikan nilai tambah positif bagi *Stakeholders*.
- d. Berperan terhadap masa depan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.
- e. Berperan dalam pengembangan UMKM dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

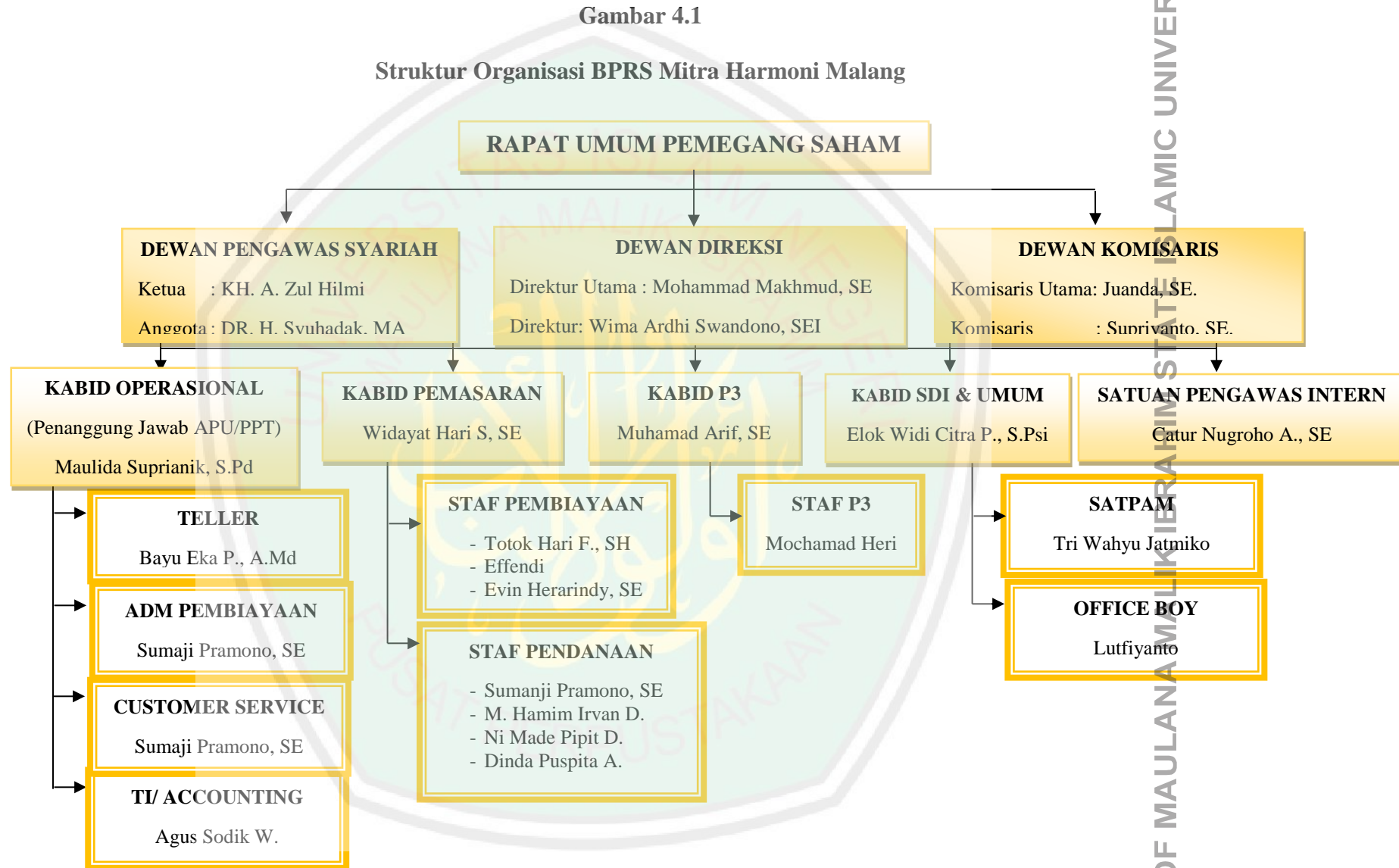
Adapun susunan pengurus dan struktur organisasi pada BPRS Mitra Harmoni Malang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Struktur Pengurus BPRS Mitra Harmoni Malang

SUSUNAN PENGURUS BPRS MITRA HARMONI MALANG	
DEWAN KOMISARIS	
<u>KOMISARIS UTAMA</u> Supriyanto, SE.	<u>KOMISARIS</u> Aguslim, SE.
DEWAN DIREKSI	
<u>DIREKTUR UTAMA</u> Juanda, SE.	<u>DIREKTUR</u> Mohammad Makhmud, SE.
DEWAN PENGAWAS SYARIAH	
KH. Ahmad Dzulhilmi	Dr. H. Syuhadak, MA.

Sumber: BPRS Mitra Harmoni Malang (2018)



Sumber: BPRS Mitra Harmoni Malang (2018)

4.1.4 Produk dan Layanan PT BPR Syariah Mitra Harmoni Malang

PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang sebagai sebuah lembaga keuangan yang memiliki fungsi intermediasi, yakni perantara antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana, telah melaksanakan perannya dengan baik. Dalam rangka menjalankan fungsi intermediasi, PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang memiliki berbagai macam produk dan layanan yang ditawarkan, yakni sebagai berikut:

A. Produk Pendanaan

1. Tabungan iB Harmoni

Tabungan iB Harmoni adalah produk tabungan di PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang yang pendaftarannya gratis tanpa biaya administrasi, untuk pembukaan rekening baru hanya diawali dengan setoran atau tabungan minimal sebesar Rp. 10.000. Di setiap bulan nasabah tidak akan dikenakan biaya administrasi. Keuntungan dari tabungan iB Harmoni adalah nasabah setiap bulan mendapatkan bonus dan untuk dipasar yang telah ditunjuk oleh bank, nasabah tidak perlu lagi menabung ke bank, marketing dari BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dari senin s/d Jum'at akan ada marketing untuk menjemput tabungan.

Ketentuan yang berlaku untuk jenis produk ini adalah:

- a) Tabungan perorangan untuk warga negara Indonesia.
- b) Satu orang hanya memiliki 1 rekening di 1 bank untuk produk yang sama, kecuali bagi orang tua yang membuka rekening untuk anak

yang masih di bawah perwalian sesuai kartu keluarga yang bersangkutan.

- c) Setoran awal pembukaan Rekening Minimum Rp. 10.000;
- d) Setoran tunai selanjutnya minimum Rp10.000;
- e) Saldo minimum rekening (setelah penarikan): Rp10.000;

2. Tabungan iB Dinar

Tabungan iB Dinar adalah tabungan dana rencana haji & umroh dengan prinsip mudharabah yang bertujuan dalam merencanakan ibadah haji dan umroh.

Karakteristik Tabungan iB Dinar adalah:

- a) Syarat mudah dan ringan membantu menunaikan haji dan umroh.
- b) Pengembangan dana tabungan berdasarkan nisbah/ bagi hasil sesuai prinsip syariah.
- c) Setoran awal minimal Rp500.000; dan setoran selanjutnya sesuai target calon jamaah.
- d) Tidak dikenakan biaya administrasi bulanan.
- e) Dapat dicairkan menjelang penyelenggaraan haji dan umroh.

Adapun keuntungan dari “Tabungan iB Dinar” adalah sebagai berikut:

- a) Dapat dijadikan sebagai fasilitas dana tabungan haji dan umroh.
- b) Bagi hasil yang kompetitif.
- c) Kemudahan setor dengan sistem jemput bola.
- d) Dana aman karena dijamin LPS.

3. Tabungan iB Qurban

Tabungan iB Qurban adalah tabungan dengan prinsip mudharabah guna pembelian hewan qurban, penarikannya hanya dapat dilakukan saat menjelang pembelian hewan Qurban.

Berikut karakteristik dari “Tabungan iB Qurban” :

- a) Diperuntukkan bagi yang ingin melaksanakan ibadah Qurban Idul Adha.
- b) Pengembangan dana tabungan berdasarkan nisbah atau bagi hasil sesuai dengan ketentuan syariah.
- c) Setoran awal minimal Rp 100.000; dan setoran selanjutnya disesuaikan dengan perencanaan ibadah Qurban nasabah.
- d) Tidak dikenakan biaya administrasi bulanan
- e) Hanya dapat dicairkan menjelang hari raya Idul Adha.

Sedangkan keuntungan dari “Tabungan iB Qurban” adalah sebagai berikut:

- a) Bagi hasil yang kompetitif dan sesuai prinsip syariah.
- b) Kemudahan setoran dengan sistem “jemput bola” atau pengambilan ditempat.
- c) Memudahkan anda untuk merencanakan ibadah Qurban secara terencana setiap tahun.
- d) Dana tabungan anda aman karena dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

4. Tabungan iB Sahara (Simpanan Hari Raya)

Tabungan iB Sahara adalah adalah tabungan dengan prinsip mudharabah guna persiapan menjelang hari raya, penarikannya hanya dapat dilakukan saat menjelang hari raya Idul Fitri.

Berikut karakteristik dari “Tabungan iB Sahara”:

- a) Diperuntukkan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah hari raya Idul Fitri.
- b) Pengembangan dana tabungan berdasarkan nisbah atau bagi hasil sesuai dengan ketentuan syariah.
- c) Setoran awal minimal Rp 100.000; dan setoran selanjutnya disesuaikan dengan perencanaan hari raya Idul Fitri nasabah.
- d) Tidak dikenakan biaya administrasi bulanan.
- e) Hanya dapat dicairkan menjelang hari raya Idul Fitri.

Sedangkan keuntungan dari “Tabungan iB Sahara” adalah sebagai berikut:

- a) Bagi hasil yang kompetitif dan sesuai prinsip syariah.
- b) Kemudahan setoran dengan sistem “jemput bola” atau pengambilan ditempat.
- c) Memudahkan anda untuk merencanakan ibadah hari raya Idul Fitri secara terencana setiap tahun.
- d) Dana tabungan anda aman karena dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

5. Deposito iB Harmoni

Deposito iB Harmoni merupakan salah satu layanan yang ada di PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang yang diperuntukkan untuk masyarakat yang ingin berinvestasi, yang kemudian dana investasi tersebut dikelola dengan prinsip mudharabah atau bagi hasil.

Dengan berinvestasi pada produk deposito iB harmoni nasabah akan memperoleh bagi hasil yang sangat menarik dan kompetitif setiap bulan. Manfaat lainnya adalah dana investasi anda dapat dijadikan sebagai agunan atau jaminan jika ingin mengajukan pembiayaan atau pinjaman modal usaha di BPRS Mitra Harmoni Malang.

Berikut beberapa ketentuan layanan Deposito iB Harmoni:

- a) Jangka waktu deposito yang dapat dipilih: 1 Bulan, 2 Bulan, 3 Bulan, 6 Bulan dan 12 Bulan.
- b) Dapat diperpanjang secara otomatis (*Automatic Roll Over*)
- c) Dana anda tersimpan dengan aman karena dijamin oleh LPS (Lembaga Penjamin Simpanan).

Sedangkan komposisi bagi hasil Deposito iB Harmoni adalah sebagai berikut:

- a) Jangka waktu 1 bulan, mitra dan bank 28 : 72
- b) Jangka waktu 3 bulan, mitra dan bank 30 : 70
- c) Jangka waktu 6 bulan, mitra dan bank 32 : 68
- d) Jangka waktu 12 bulan, mitra dan bank 34 : 66

Komposisi bagi hasil tersebut dapat berubah sesuai kesepakatan antara mitra dan bank.

B. Produk Pembiayaan

Produk pembiayaan atau peminjaman modal PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang diperuntukkan bagi semua lapisan masyarakat yang memerlukan modal atau biaya untuk mencukupi berbagai kebutuhan seperti modal usaha, investasi, pembelian kendaraan bermotor, renovasi rumah, biaya sekolah, naik haji dan umroh, serta keperluan lain yang halal dan tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Layanan pembiayaan ini dikhususkan bagi masyarakat yang memang memerlukan bantuan secara finansial dengan proses cepat dan mudah. Sedangkan akad yang digunakan pada produk pembiayaan ini juga sesuai dengan syariat, yakni:

1. Akad Murabahah
2. Akad Musyarakah
3. Akad Ijarah (Pembiayaan Multijasa)

Adapun syarat-syarat untuk dapat memperoleh pembiayaan ini juga sangat mudah. Diantaranya sebagai berikut:

- a) Fotocopy KTP pemohon (suami istri) 2 lembar
- b) Fotocopy KK dan surat nikah 2 lembar
- c) Fotocopy dan jaminan asli yang berupa BPKB, STNK, sertifikat (SHM/ HGB), dan SPPT terbaru.
- d) Slip gaji bagi pegawai atau karyawan.

C. Layanan Jasa

Layanan jasa yang ditawarkan oleh PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang adalah menerima pembayaran online dengan menggunakan aplikasi Doqu, yang berupa:

1. Pembayaran PLN (pra bayar/ pasca bayar)
2. Pembayaran produk telkom
3. Pembayaran TV berlangganan
4. Angsuran
5. Isi ulang pulsa dan paket data all operator
6. Pembayaran BPJS kesehatan
7. Pembayaran PDAM

4.1.5 Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni

Malang

Pemasaran merupakan salah satu fungsi dalam perusahaan yang sering disebut sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan, walaupun pada dasarnya semua fungsi dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang saling berhubungan, saling mempengaruhi, dan tidak dapat dipisahkan. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sebenarnya, yakni religius, beretika, realistis dan menjunjung tinggi nilai – nilai kemanusiaan. Seperti halnya Pada BPRS Mitra Harmoni Malang, yang dituntut untuk memberikan kepuasan pada nasabah dengan selalu mengedepankan etika yang baik menurut ajaran Islam, yang mana terdapat dalam proses jempot bola yang menjadi salah satu keunggulan dari BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

Adapun Implementasi Etika Pemasaran Islam pada tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dijelaskan sebagai berikut:

1. Memiliki Kepribadian spiritual (*Taqwa*)

Seorang muslim diperintahkan selalu memelihara diri dalam menjalani hidup sesuai tuntunan/petunjuk Allah. Taqwa secara definitife berarti memelihara diri dari siksaan Allah Swt, dengan mengikuti segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Seperti halnya ia harus menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan shalat, selalu mengingat Allah dalam setiap aktivitasnya demikian juga dengan kewajiban-kewajiban yang lainnya.

Sehingga dapat dikatakan bahwa esensi manusia yang memenuhi persyaratan sebagaimana yang ditetapkan Allah SWT. adalah manusia yang takwa, sedangkan esensi takwa yang sesungguhnya adalah manusia yang selalu hati-hati dalam memerankan *khalifatullah* dengan cara selalu taat dan menjalankan perintah Allah SWT. serta menjauhi secara konsisten larangn-Nya.

Dalam hal pemasaran, aktivitas dengan nilai-nilai seperti inilah yang di sebut *spiritual marketer*. Nilai-nilai religius hadir di tengah-tengah dikala sedang melakukan transaksi.

Pada dasarnya tidak semua pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang mempunyai kepribadian spiritual yang tinggi hanya saja mereka mempunyai keinginan yang tinggi untuk merubah dirinya agar menjadi lebih baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Wima Ardhi Swandono, S,El selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Senin , 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB mengatakan bahwa :

“Sesuai namanya ya mbak, kami ini kan BPRS, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yaitu lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah, ya

tentunya harus. Misalnya seseorang pemasar itu harus mempunyai moral yang baik, akhlak yang baik, dengan itu kami memberikan sentuhan kegiatan islami untuk para karyawan guna memperdalam tingkat spiritual mereka, yang dimana kami setiap seminggu sekali yaitu pada hari kamis kami mengadakan tadarusan bersama yang ditutup dengan kajian-kajian yang di situ juga dapat membangun spiritual yang kuat dan moral yang lebih berdasarkan prinsip syariah“

Demikian juga dengan pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan Yaitu Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Sebenarnya untuk menjadi tenaga pemasar disini itu tidak ada batasannya, hanya saja seorang muslim pasti tentunya harus mempunyai kepribadian spiritual, apalagi disini adalah Bank syariah yang dimana setiap individu orangnya harus mempunyai keterbedaan dengan bank konvensional yaitu berlandaskan syariah, tetapi setiap orang mempunyai tingkat spiritual yang berbeda-beda, nah dimana karyawan pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini mau bersama-sama terus meningkatkan spiritualnya. Seperti halnya pada hari kamis, kami mengadakan kajian rutin membahas tentang ayat-ayat alqur'an untuk para karyawan dan juga memakai pakain muslimah agar terus meningkat ilmu spiritual pada karyawan BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.”

Ditambah oleh Bapak Totok Hari F., SH selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Setiap orang muslim pastinya memiliki kepribadian spiritual, tetapi ya gitu mbak berbeda beda tingkatannya, kalau saya sebisa mungkin ketika adzan dan saya masih berada di luar langsung mencari masjid terdekat, tetapi kadang pula juga tidak tepat waktu, tetapi saya insyaallah tidak pernah melewatkan shalat walaupun tidak tepat pada waktunya, dan juga di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini setiap kamis ada kajian islami untuk memperdalam kepribadian spiritual para karyawan.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Sebenarnya ya harus mbak, apalagi namanya bank syariah, tapi ya begitu, pasti antara karyawan satu dengan yang lainnya berbeda-beda, nah kalau

saya ya yang penting tidak melanggar aturan dalam islam dan menjalankan anjurannya.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“Begini mbak, kalau untuk kepribadian spiritual insyaallah bagus mbak, maksudnya ya sesuai dengan ajaran dan tuntunan islam, kan saya juga mengenal mbak pipit ini, karena mbak pipit juga bekerja sambilan di lembaga saya ini mbak jadi saya sedikit taulah mengenai spiritual mbak ini dari kesehariannya, insyallah bagus mbak.”

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“Kalau masalah ini saya tidak bisa memastikan dengan jelas mbak, tetapi melihat bagaimana mbak pipit ini bertutur kata, cara melayani saya dengan baik, menjelaskannya juga sopan saya merasa pastinya juga mempunyai akhlak dan pemahaman agama yang baik layaknya memang karyawan bank syariah.”

Di waktu yang berbeda peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Elisulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Saya menjadi nasabah di BPRS ini kan belum terlalu lama mbak, jadi saya tidak terlalu paham dengan kepribadian spiritual tersebut, cuman saya bisa melihat dari mas totok ini menyampaikan produk yang di pasarkan, cara berbicaranya, itu menunjukkan bahwa insyallah orangnya mempunyai spiritual yang bisa dibilang baik, karena kan saya juga kenal dengan beliau itu dari teman saya, bahwa orangnya baik, melakukan pembiayaan di BPRS itu enak, mudah, ya sebenarnya faktor itu juga yang membuat saya mau menjadi nasabah di BPRS ini . “

Berdasarkan wawancara di atas dapat diketahui bahwasanya tenaga pemasar yang ada di BPRS Mitra Harmoni Malang ini mempunyai kepribadian spiritual dimana Tenaga pemasar BPRS tidak pernah meninggalkan shalatnya, walaupun tidak selalu tepat pada waktunya dan selalu menerapkan jiwa spiritual pada setiap aktifitasnya dengan selalu mengingat Allah dalam setiap proses pemasaran yaitu dengan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya yang dimana dalam proses pemasarannya mereka tidak pernah berbuat curang, selalu jujur dan mempunyai tutur kata yang baik. selain itu BPRS juga memberikan fasilitas keagamaan seperti yang telah dituturkan oleh Direktur 2 yaitu pada setiap hari kamis mengadakan tadarusan bersama yang ditutup dengan kajian islami untuk meningkatkan ilmu keagamaan karyawan di BPRS Mitra Harmoni Malang.

Disamping itu, selama melakukan observasi lapangan peneliti melihat dimana seorang tenaga pemasar ketika mereka memasarkan produknya dan sedang berbicara dengan nasabahnya mencerminkan jiwa spiritual yang tertanam pada dirinya dimana hal itu terlihat pada saat tenaga pemasar BPRS memberikan sentuhan keagamaan yang membuat nasabah semakin ingin menggunakan produk yang dipasarkannya. Disisi lain peneliti juga melihat secara langsung dan ikut berjamaah bersama pada saat sebelum perjalanan menuju BPRS kembali.

2. Berkepribadian Baik dan Simpatik (Shiddiq)

Secara Bahasa, *Shiddiq* berasal dari kata "*shadaqa*" yang memiliki beberapa arti, yaitu benar, jujur, dapat dipercaya, sesuai apa yang dikatakan dengan apa yang diamalkan (integritas), ikhlas, tulus, keutamaan, kebaikan, dan kesungguhan.

Al-Quran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar

dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat-sifat seperti ini harus dimiliki oleh seorang tenaga pemasar.

Pada dasarnya, institusi yang berpedoman pada ketentuan syariah dalam proses pemasarannya, BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini memiliki kepedulian yang besar terhadap nasabahnya sekaligus menyadari bahwa menjalin hubungan yang baik, simpatik, juga merupakan salah satu faktor utama untuk membuat nasabah ingin menggunakan produk yang ditawarkannya. Seperti yang diungkap oleh Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 BPR Syariah Mitra harmoni malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB:

“Yang pertama, mereka harus pandai bergaul, di BPRS ini kan sistemnya muamalah mbak, jadi gak melulu hanya orang muslim, bisa dari semua kalangan nah disitu mereka harus pandai bergaul, harus memahami produk yang di tawarkan, ramah, sopan, santun”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, S, EI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Seorang marketer harus menguasai produk tentunya, harus tanggung jawab, harus kreatif dalam memasarkan produknya, selain itu mereka harus bisa membuat nasabah nyaman akan dirinya, selalu menepati janji, ramah, mempunyai kepribadian yang baik agar nasabah loyal dan harus bisa menjalin silaturahmi dengan baik , jadi tidak hanya membahas tentang produk bank saja, tetapi mereka harus mendengarkan dan bahkan menanggapi apabila nasabah mengajak seorang marketer untuk membicarakan hal lainnya.”

Ditambah oleh Bapak Totok Hari F., SH. selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Jadi seorang pemasar itu kuncinya harus paham betul dengan produk yang di pasarkan, harus ramaah, jujur, mempunyai kepribadian yang baik, bersilaturahmi dengan baik, lalu ketika bersilaturahmi kita harus loyal, menanggapi nasabah ketika mereka ingin membahas yang lainnya yang bahkan menyimpang dari produk yang kita pasarkan, karena dengan semua itu mereka akan menggunakan produk kita bahkan mereka bisa loyal kepada kita.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Faunding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Yang pertama pastinya harus menguasai produk, harus bisa menarik pelanggan agar mau menabung di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, harus ramah, sopan, baik, karena ketika kita itu sopan baik ramah itu mereka pasti akan merasa nyaman dan ingin menabung di bank kita, begitu.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“selain itu mbaknya juga ramah, baik, sopan, tidak sombong, membuat saya itu nyaman mbak, malah sudah seperti saudara mbak, soalnya kalau cerita lain diluar kepentingan ya tetap menanggapi, enak mbak intinya, sabar juga.”

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“beliau juga ramah, baik, sopan, tanggung jawab dan mbk pipit itu enakan kalau diajak curhat hehe”

Diwaktu yang berbeda peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Eli sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR

Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Banyak mbak, mas totok itu orangnya ramah, silaturahmiya kuat, kalau melayani saya itu sabar, baik, dan pastinya mau mendengarkan keluhan kesah kita baik itu mengenai pembiayaan atau diluar itu.”

Dari data diatas dijelaskan bahwasanya BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam memasarkan produknya telah menerapkan sikap yang baik, ramah, sopan yang tertanam dalam dirinya dan dapat menjalin silaturahmi dengan baik sehingga mampu membuat nyaman nasabahnya. Seperti yang telah dipaparkan oleh beberapa tenaga pemasar bahwa seorang tenaga pemasar haruslah bersikap simpatik dengan menanggapi sesuatu hal yang bahkan tidak ada kaitannya dengan produk yang ditawarkan, mempunyai sikap jujur yang tertanam dalam dirinya dan hal tersebut telah diterapkan di BPRS Mitra Harmoni Malang.

3. Berlaku adil dalam berbisnis (*al'adl*)

Adil memiliki arti seimbang atau tidak memihak dan memberikan hak kepada orang yang berhak menerimanya tanpa ada pengurangan, dan meletakkan segala urusan pada tempat yang sebenarnya tanpa ada aniaya, dan mengucapkan kalimat yang benar tanpa ada yang ditakuti kecuali terhadap Allah Swt. Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah Swt. Sikap adil (*al'adl*) termasuk di antara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam.

BPR Syariah Mitra Harmoni Malang tidak memandang orang baik agama, ras, nasabh lama, nasabah baru dan bahkan pada kelompok bawah, menengah ataupun atas. Setidaknya hal ini menjadi bukti bahwa sebuah lembaga keuangan yang berlandaskan syariah bersifat fleksibel dan berlaku untuk semua orang. Hal

ini juga membuktikan bahwa lembaga yang berlandaskan syariah tidak hanya untuk orang yang beragama muslim saja, ustad dan ustadzah. Dari beberapa hasil wawancara dihasilkan sebagai berikut, wawancara dengan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 BPR Syariah Mitra harmoni malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB:

“Harus adil, tetapi sesuai dengan proporsinya, semisal nasabah satu orangnya jujur satunya lagi tidak jujur, nah seorang marketer itu harus tetap adil ya cuman itu tadi sikap adil antara nasabah yang jujur dan tidak jujur ada bedanya, begitu.”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, S, EI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Tenaga pemasar disini selalu mencoba diterapkan pada diri sendiri untuk tidak membeda-bedakan nasabah satu dengan lainnya, entah nasabah itu kaya, dari kelas menengah atau kelas bawah harus bisal adil, jadi kami disini harus memperlakukan sama dengan yang lainnya.”

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Totok Hari F., SH. selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Saya tidak pernah membeda-bedakan antara nasabah satu dengan lainnya, walaupun nasabah satunya melakukan pembiayaan lebih besar dengan satunya saya akan tetap memperlakukan dengan sama, begitu mbak.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Kalau saya memandang mereka semua ya sama mbak, misalnya ada nasabah baru, saya yang memperlakukan mereka sama seperti yang sudah lama, ya biar mereka semakin nyaman dan suka kalau menabung di BPRS, begitu mbak.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“Alhamdulillah tidak pernah mbak, semisal ketika saya ingin mbak pipit ke tempat saya dan sudah janjian da nada nasabah lain juga mau ditemui mendadak, beliau selalu menepati janjinya dahulu mbak bahwa ke tempat saya dahulu baru ke yang lain, jadi selalu adil sesuai kesepakatan.”

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“Tidak mbak, mbak pipit ini orangnya baik, karena sampai saat ini pun selalu baik baik saja, dan tidak ada keluhan apapun.”

Ditambahkan lagi berdasarkan wawancara dengan Ibu Eli sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Enggak mbak, gak pernah, walaupun saya ini tergolong belum lama, belum ada setahun, tapi ya mas totok memperlakukan saya itu sama seperti dengan teman saya yang sudah lama menabung di BPRS yang sudah merekomendasikan saya di BPRS juga, gitu”

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa pentingnya berlaku adil dalam setiap transaksi pemasaran. Dimana tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini dalam memasarkan produknya dengan memberikan hak yang sama antara satu dengan lainnya tanpa adanya perbedaan dari kelas sosial dan agama

sekalipun. Selain itu salah satu nasabah tabungan juga menjelaskan bahwa tenaga pemasar BPRS Mitra Harmoni Malang ini memberikan sikap adilnya dalam perjanjian yang telah disepakati bersama, dimana ketika nasabah 1 sudah membuat janji terlebih dahulu maka ketika ada janji lain akan dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang telah di buat terdahulu. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa tenaga pemasar BPRS meletakkan segala urusan pada tempat yang sebenarnya tanpa adanya aniaya.

4. Melayani nasabah dengan rendah hati (*khidmah*)

Pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor utama pemilihan bank pada nasabah. Semakin baik kualitas yang diberikan, maka akan semakin banyak pula nasabah yang akan memilih bank tersebut begitupun juga sebaliknya. Sifat yang melekat pada *khitmah* ini, antara lain: sopan, santun dan rendah hati. Wujud dari sifat ini berupa memberikan kemudahan bagi orang yang mengalami kesulitan. Seperti yang telah diungkapkan oleh Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 BPR Syariah Mitra harmoni malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB:

“Kalau di BPRS sendiri, kita menerapkan service excellent mbk, tetapi itu untuk dikantor, kalau untuk marketing sih tidak ada secara tertulis hanya hampir-hampir miriplah dengan yang dikantor, ya seperti harus bersikap baik, harus ramah menghadapi nasabah, sopan, ketika mempunyai janji harus ditepati, harus loyal, karena itu semua termasuk faktor utama lo mbak dimana nasabah itu akan semakin tertarik dan mau menggunakan produk dari BPRS ini.”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Sikap pelayanan yang baik yang diterapkan pada tenaga pemasar kami itu dengan mereka selalu melayani nasabah/calon nasabah dengan berisikap ramah, sopan dan santun, karena pelayanan yang baik seperti kriteria yang sudah saya paparkan, menjadikan nasabah banyak tertarik dan memaikai produk-produk yang di pasarkan oleh bank kami.”

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Totok Hari F., SH selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Dengan cara kita memperlakukan mereka dengan baik, kita harus ramah, sopan, harus rendah hati, intinya memberikan pelayanan yang baik yang dimana menjadikan mereka ingin terus menggunakan produk kita, bahkan yang awalnya hanya calon nasabah dan pada akhirnya menjadi nasabah resmi kita.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Yang pastinya harus sopan, ramah, rendah hati, ya intinya memberikan kenyamanan lah mbak, sama sering-sering silaturahmi kalau terkadang memang lewat di daerah si nasabah dan nasabah lagi nganggur dan saya juga nganggur.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“Yang pastinya bisa datang ke tempat saya mbak, karena kan saya sibuk kalau mau kesana itu jauh, nah di BPRS ini mbak mbaknya bisa datang kesini langsung ambil uangnya, dan benar-benar merasa nabung, kan gak ada ATM nya, jadi gak diambilin terus”

“Sip mbak pelayanannya, selain mbak pipit ini kan sudah kenal saya sebelume, begitupun sebaliknya, jadi saya ya ngerasa yang diberikan mbk pipit sama saya itu selalu pas gitu mbak, maksudnya ya saya tidak pernah bermasalah dengan pelayanan tersebut.”

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“Yang pasti karena bisa datang ke sekolah ya mbak, kan gak mungkin kalau saya harus ke blimbing jauh dan juga anak-anak kalau mau nabung kan gak mesti, jadi ketika tiba-tiba minta kesini tidak sesuai jadwal pun kalau mbak pipit bisa ya pasti kesini mbak”

“Baik mbak, saya merasa puas dengan apa yang diberikan sama mbak pipit ini, mulai dari sikapnya, ramah orangnya, produknya, orangnya juga supel, semuanya itu membuat saya itu nyaman dan senang mbak bisa nabung dan kenal sama mbak pipit ini.”

Ditambahkan lagi berdasarkan wawancara dengan Ibu Eli Sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Banyak mbak, mas totok itu orangnya ramah, silaturahmi kuat, kalau melayani saya itu sabar, baik, dan pastinya mau mendengarkan keluhan kesah kita baik itu mengenai pembiayaan atau diluar itu.”

Sikap melayani harus tercermin dalam diri seorang tenaga pemasar, karena tanpa sikap melayani yang melekat dalam kepribadiannya, mereka bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Yang dimana dalam sikap melayani ini harus sopan, santun, memberikan kepuasan pelanggan dengan sikap yang ramah, kemudahan dalam bertransaksi, sopan dan tidak ada unsur pemaksaan dalam menawarkan produknya. Seperti halnya yang dimiliki oleh tenaga pemasar pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang yang dalam aktifitasnya telah dibenarkan oleh salah satu nasabah Tabungan iB Harmoni yang menyatakan bahwa tenaga pemasar BPRS dapat memudahkan nasabah karena proses transaksi tidak harus bertempat di kantor melainkan dapat juga bertempat dimana nasabah tersebut berada.

5. Menepati janji dan tidak curang (*tahfit*)

Janji kepada nasabah memang terkadang dialami oleh pemasar. Namun seorang tenaga pemasar syariah harus memegang teguh etika dalam melakukan pemasaran kepada calon nasabahnya. Tidak hanya harus menepati janji saja melainkan harus terhindar dari kecurangan. Dengan kata lain setiap apa yang dijanjikan oleh seorang tenaga pemasar haruslah ditepatinya dan tidak boleh juga melakukan aktifitas pemasaran yang merugikan nasabah. Selalu berupaya menciptakan nilai produk yang baik. Seperti halnya hasil wawancara dengan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 BPR Syariah Mitra harmoni malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB:

“Harus bisa menepati janji kalau memang sedang membuat janji dengan nasabahnya, gak boleh curang”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Kami menerapkan sebisa mungkin pada tenaga pemasar kami untuk menepati janji yang telah dibuatnya, walaupun mereka memang benar – benar tidak bisa hadir / menepati janjinya, mereka harus membicarakannya terlebih dahulu kepada nasabahnya. karena jika tidak menepati otomatis nasabah akan membuat nasabah menjadi tidak loyal. “

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Totok Hari F., SH selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Jadi begini mbak, sebisa mungkin saya selalu menepati janji saya kepada nasabah, jadi di BPR Syariah ini setiap pemasar mempunyai jadwal buku

kunjungan, jadi agar tidak lupa dengan janji tersebut kami selalu mencatatnya pada buku tersebut. Akan tetapi ketika memang kebetulan memang tidak bisa memenuhi janji pada hari itu saya akan menghubungi nasabah tersebut untuk meminta maaf dan mencoba negoisasi berganti hari, tetapi ketika mereka tetap tidak bisa saya akan dahulukan yang lebih penting dan prioritaskan.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Ya saya sebisa mungkin saya tepati mbak, semisal kalau benar-benar tidak bisa ya saya akan mengubah waktunya, dank an juga disini sudah ada buku kunjungan, jadi lebih terjadwal, insyaallah kalau ada janjipun tidak akan lupa karena sudah dicatat, walaupun lupa ya yang seperti saya bilang tadi dan kebanyakan mereka juga bisa menerima.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“Iya mbak, sampai saat ini selalu menepati janjinya mbak, karena saya kan tau mbak pipit ini orangnya bagaimana karena juga kerja di lembaga sini kalau malam, pasti sebisa mungkin dia mengusahakan untuk menepati janjinya kalau memang beliaunya sudah berani membuat janji.”

“Gak mbak, soalnya buku tabungan kan juga saya bawa, saya selalu cocokan sama tanggal-tanggal kapan saya setor kapan saya ambil dan selama ini Alhamdulillah selalu cocok mbak, gak ada selisih atau apa gitu.”

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“Selama ini mbk pipit belum pernah tidak menepati janjinya mbak, karena ketika memang dari pihak saya ataupun mbak pipit jika memang benar benar tidak bisa datang kesini pada hari ini ya saling berkomunikasi, dan untuk selanjutnya kesepakatan kami bersama baiknya bagaimana.”

“Tidak mbak, karena saya selalu melihat proses penulisan uangnya ketika saya sedang melakukan setoran dan di buku tabungannya juga saya cek, Alhamdulillah sama terus.”

Ditambahkan lagi berdasarkan wawancara dengan Ibu Eli sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Alhamdulillah mbak selalu sampai saat ini, mas totok juga tidak pernah meleset dari prosedur-prosedur yang di pasarkannya.”

Tenaga pemasar pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini telah menerapkan prinsip kehati-hatian dalam aktifitas pemasarannya dan dalam pemberian suatu pembiayaan. Dimana ketika saat nasabah sedang melakukan proses transaksi tabungan nominal yang telah di tuliskan sesuai dengan buku tabungan yang dimana nasabah juga memilikinya, ketika membuat janji untuk berkunjungpun juga selalu ditepatinya, selain itu tidak pernah juga tenaga pemasar pada BPRS ini keluar dari prosedur-prosedur yang telah disepakati bersama.

6. Jujur dan terpercaya (*Al amanah*)

Di antara akhlak yang harus menghiiasi pemasaran syariah dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Dimana ketika seseorang mempunyai sifat yang jujur maka tanpa disadari munculah kepercayaan itu sendiri. Muslim yang jujur memiliki etos kerja yang baik, yaitu segala aktivitas dalam rangka mendapat ridha Allah Swt. dia tidak akan berbuat curang, korup, dan tindakan tercela yang merusak kualitas imannya. Seperti halnya seorang tenaga pemasar, dimana mereka harus jujur dalam memasarkan produknya supaya nasabah percaya ketika menggunakan produk yang ditawarkannya. Dari hasil wawancara dengan Bapak Wima Ardhi

Swandono, SEI selaku Direktur 2 BPR Syariah Mitra harmoni malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB:

“Harus mbak, karena kejujuran itu penting dalam bermuamalah dan harus bersifat transparan, jadi baik dan buruknya produk yang ada dalam bank kami ya harus kami paparkan kepada nasabah kami, agar mereka merasa bahwa kami tidak hanya sekedar hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan, tetapi persaudaraan, mitra, begitu mbak.”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Iya mbk, harus, karena kejujuran itu yang paling utama, karena nilai kejujuran akan mencerminkan sifat pribadi seseorang tersebut. Jadi ketika seorang pemasar berusaha jujur dengan menjelaskan baik buruk produk yang dipasrkan nasabah pun akan semakin ingin terus menggunakan produk dari bank kami dan mempercayainya untuk kedepannya.”

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Totok Hari F., SH selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Semisal seperti ini mbak, ketika ada plus minus dari produk pembiayaan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang saya ya bicarakan dengan apa adanya, kan inilah yang membuat berbeda, bahwa bank syariah itu harus bersifat transparan, begitu mbak.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Iya perlu, karena ketika kita sekali tidak jujur yang akan ditakutkan itu efek dari ketidak jujuran itu mbak, bisa – bisa kita kehilangan nasabah, orang juga sulit untuk percaya pada saya bahkan pada BPRS, nah itu saya

lupa menyebutkan bahwa jujur itu perlu dan juga termasuk kriteria untuk menjadi seorang marketing.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“Insyaallah jujur mbak, ya begitu yang saya bilang tadi, mbak pipit kan juga lumayan sering bertemu saya, jadi ya saya setidaknya tau bagaimana sikap mbak pipit ini. “

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“Kalau gak jujur ya saya gak mau mbak nabung di sini, apalagi bank syariah, harus bisa membawa nama itu dong berdasarkan anjuran islam, harus jujur, dan ketika beliau memasarkan produknya ya dijelaskan semua secara terbuka mbak, gak ada yang ditutup-tutupi sesuai sama brosurnya.”

Ditambahkan lagi berdasarkan wawancara dengan Ibu Eli sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Begini mbak, setiap prosedur yang di jelaskan pada saya itu tidak pernah meleset dari apa yang beliau lakukan selama ini dan juga kan saya dapat rekomendasi untuk mengajukan pembiayaan di sini kan dari teman saya dan dia juga sudah lama menjadi nasabahnya, intinya itu teman saya saja yang sudah lama menjadi nasabahnya masih percaya dengan mas totok dan BPRS, otomatis kan beliau itu jujur mbak, baik orangnya.”

Dengan pemaparan hasil wawancara diatas, tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini menempatkan kejujuran dalam aktivitasnya. Dimana pada saat sedang memasarkan produknya, mereka menjelaskan baik, buruknya

produk tersebut dengan transparan dan tidak menutup-nutupi. Selain itu ketika mereka mengatakan sesuatu hal maka apa yang dikatakannya itu sesuai dengan kenyataan yang ada.

7. Tidak suka berburuk sangka (*su'udzon*)

Su'udzon adalah awal dari penyakit hati. Orang yang mempunyai sifat su'udzon akan menafsirkan setiap apa yang terjadi akan menjadi jelek dalam pandangannya. Seperti halnya dalam kehidupan kita, yang dimana akan selalu berinteraksi dengan orang lain. Dan dalam hal ini haruslah memperhatikan sikap serta ucapan yang dikeluarkan dari orang tersebut jangan sampai timbul sifat su'udzon. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB mengatakan bahwa :

“Menurut saya bukan berburuk sangka ya mbak, tapi ketika seorang tenaga pemasar itu melakukan survey pembiayaan lalu melihat ada kejanggalan, maka perlunya mereka itu menilai apakah mereka layak atau tidak, lalu di kroscek dengan kebenaran yang ada, jadi bukan berburuk sangka.”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari Kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Berburuk sangka pastinya tidak boleh di praktikan dalam kehidupan sehari-hari, apalagi dalam proses pemasaran, karena akan membuat keretakan hubungan antara nasab dan tenaga pemasar tersebut. Jadi alangkah baiknya seorang tenaga pemasar itu harus menjauhkan dan menghilangkan jauh pikiran buruk pada nasabah tersebut.”

Ditambah oleh Bapak Totok Hari F., SH selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari Kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Ya namanya orang terkadang ya ada saja mbak fikiran seperti itu, tetapi ya sebenarnya lebih ditekankan bahwa kita harus waspada dan berhati – hati, begitu mbak.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari Kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Tidak mbak Alhamdulillah, kan saya ini di bagian pendanaan, saya kesana ya hanya mengambil tabungan saja, jadi kalau fikiran seperti itu saya merasa gak pernah punya pemikiran buruk gitu mbk.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“Gak pernah mbak menurut saya, soalnya ketika terkadang saya lupa bahwa jadwal Kamis itu waktunya pengambilan tabungan dan belum mempersiapkan uang tersebut ya beliau dapat mengerti dan paham apa kendala saya kok sampai lupa, lalu hari kapan lagi baru diambil kan juga lumayan sering bertemu jadi taulah bagaimana karakter diri saya itu bagaimana, begitu mbak”

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“Sejauh ini saya merasa beliau tidak pernah berprasangka buruk mbak, ketika saya ada kendala mendadak dan tidak jadi setoran beliau juga sabar dan malah memperi pengertian, begitu mbak”

Diwaktu yang berbeda peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Eli sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Saya rasa enggak ya mbak, ya buktinya Alhamdulillah sampai sekarang ini hubungan saya sama mas totok berjalan lancar dan baik baik saja, seperti hari-hari biasanya.”

Dari hasil wawancara dengan beberapa informan, sebagian tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang tidak pernah menyebutkan tindakan yang dilakukan tersebut adalah berburuk sangka dan menegaskan bahwa mereka tidak pernah berburuk sangka, tetapi lebih kepada berhati-hati dalam setiap langkah aktivitasnya agar tidak terjadi hal-hal yang diinginkan. Sebagian pula mengatakan bahwa terkadang mereka mempunyai sifat itu, karena tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua manusia pernah berburuk sangka.

8. Tidak suka menjelek – jelekkan (*ghibah*)

Ghibah menurut istilah adalah membicarakan kejelekan dan kekurangan orang lain dengan maksud mencari kesalahan-kesalahannya. Baik jasmani, agama, kekayaan, akhlak, ataupun bentuk lahiriyah lainnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 BPR Syariah Mitra harmoni malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB:

“Membandingkan itu perlu mbak, tapi tidak untuk menjelekkan, dan itupun untuk koreksi pada lembaga kami saja, tetapi ini bersifat internal, semisal pada rapat atau dengan karyawan BPRS sendiri, nah kalau sudah bertemu di nasabah kita menjelaskan keunggulan kita tanpa membandingkan dengan yang lain dan juga tidak menjelekkan yang lain.”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi

pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa :

“Ya kalau membandingkan itu perlu mbak tapi tanpa menjelek –jelekan loh mbak dengan tujuan ketika kami membandingkannya dengan yang lain, itu bisa membuat BPRS menjadi lebih baik, kurangnya apa, harus bagaimana dan menjadi tolak ukur agar terus menjadi lebih baik.”

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Totok Hari F., SH selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Kalau memandingkan ya perlu mbak tentunya tanpa menjelek-jelekan, tetapi kalau di BPRS perbandingan itu sifatnya internal, jadi semisal dirapat, bagaimana perkembangan bank lain tersebut apa saja yang harus kita tingkatkan agar tidak tersaingi dengan yang lain, jadi lebih pada untuk introspeksi diri mbak, nah kalau saya ke nasabah tidak pernah mbak saya itu membicarakan pesaing lainnya, saya cukup tunjukkan keunggulan dari BPRS ini apa, menunjukkan sikap yang baik, silaturahmi yang baik, pastinya kebanyakn dari mereka pun tau apa bedanya bank kami dengan yang lain.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Selama saya menjadi marketing disini saya tidak pernah mbak menjelek-jelekan yang lain di depan nasabah, mungkin lebih memberikan pengertian kalau nabung di BPRS itu lebih mudah, dengan menawarkan berbagai fasilitas dan lebih menjelaskan tentang kelebihan dari bank syariah sendiri, karena rata-rata kan saya di lembaga mbak, dan mereka banyak yang tau bagaimana bank konvensional dan bank syariah, begitu mbk.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Putri Handayani selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga language) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 12.15 WIB menyatakan bahwa :

“Saya rasa gak pernah mbak, hanya menjelaskan realnya tabungan saja, dan mbak pipit tidak menyangkut pautkan bank lain.”

Hasil wawancara dengan Ibu Vivi Nurhidayati selaku sebagai nasabah Tabungan iB Harmoni (lembaga sekolah MINU) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 10.30 WIB menyampaikan bahwa :

“Kalau menjelek-jelekan gak pernah mbak, soalnya juga jarang membahas tentang bank lain, kan biasanya mbak pipit kesini langsung ambil tabungan saja, walaupun membahas hal lain ya saya yang sering cerita pada beliau.”

Ditambahkan lagi berdasarkan wawancara dengan Ibu Eli sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Wah kalau menjelek-jelekan gak pernah mbk, pas dulu menawarkan produknya ya mas totok ini menjelaskan saja prosedurnya bagaimana kalau ingin menjadi nasabah di BPRS, selain itu kan kalo untuk bank lain misalnya bank konven kan ya saya sudah tau juga bagaimana modelnya dan mungkin beliau juga mengetahui dari teman saya kalau saya tau lah setidaknya tentang bank lain, seperti itu tadi bank konven misalnya.”

Dari hasil wawancara diatas disimpulkan bahwasanya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang perlunya membanding-bandingkan tanpa harus dengan menjelek-jelekan pesaing, namun hal tersebut dilakukan hanya pada saat di dalam kantor, seperti rapat, diskusi dengan tujuan untuk melihat pada posisi mana BPRS ini berada dan sebagai koreksi diri, tetapi pada saat sedang memasarkan produknya tenaga pemasar BPRS tidak membandingkan bahkan menjelekan pesaingnya di depan nasabah dan hanya menjelaskan tentang keunggulan produk yang sedang dipasarkannya.

9. Tidak melakukan sogok (*risywah*)

Dalam syariah, menyuap (*risywah*) hukumnya haram, dan menyuap termasuk dalam kategori makan harta orang lain dengan cara batil. Memberikan sejumlah uang dengan maksud agar kita dapat memenangkan tender suatu bisnis, atau pemberian yang diberikan kepada seseorang agar mendapatkan kepentingan tertentu atau termasuk dalam kategori suap (*risywah*). Risywah, suap, sogok, atau oleh UU No. 31 tahun 1999 tentang pemberantasan tindak pidana korupsi pasal 12 b disebut dengan gratifikasi. Adanya pernyataan tersebut sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Senin, 05 Februari 2018 pukul 13.00 WIB mengatakan bahwa :

“Riswah itu kan suap/gratifikasi ya mbak, dengan tujuan agar memberikan hasil yang diinginkan oleh si pemberi tersebut, di dalam undang-undang perbankan itu namanya pelanggaran berat, tidak boleh mbak walaupun ketahuan tidak ada toleransi mbak, bisa saja dikeluarkan.”

“Tetap tidak diperbolehkan mbak, apapun itu yang namanya di beri suatu hal dari nasabah, kalau dalam peraturan tidak boleh, kalau ketahuan ya pasti akan out mbak.”

Dengan pemaparan Bapak Wima Ardhi Swandono, SEI selaku Direktur 2 pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, maka peneliti juga mengklarifikasi pemaparan yang di jelaskan oleh pimpinan kepada Bapak Widayat Hari Santoso, SE selaku Kabid Pemasaran & PBY yang dilakukan pada hari Kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 08.30 WIB menyatakan bahwa:

“Semua karyawan yang ada di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini tidak merapkan seperti itu, kami juga tidak ada fee, kami melarang keras untuk gratifikasi karena itu adalah pelanggaran berat, tidak ada toleransi masalah itu . Apabila ada yang melanggar tidak ada toleransi dan akan di kenakan SP3 kalau di ulang lagi baru langsung di cut.”

Ditambah oleh Bapak Totok Hari F., SH. selaku Account Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari Kamis, tanggal 18 Januari 2018 pukul 10.00 WIB menyatakan bahwa :

“Pada dasarnya yang namanya riswah itu kan melakukan suap ya mbak, dalam agama kan juga tidak boleh, Begitupula disini, Dari pimpinan dan dari BPR Syariah Mitra Harmoni sudah benar benar tidak diperbolehkan mbak kalau masalah seperti itu, tetapi terkadang ada saja memang yang terkadang ketika berkunjung kerumahnya/survey pulang pulang diberi jajan bahkan terkadang untuk uang bensin juga, sebisa mungkin ya saya harus menolaknya dengan halus, terkadang juga lewat telpon disuruh kesana begitu mbak, ya saya alasan, menolak bagaimanapun caranya dengan tetap halus, begitu mbak.”

Dan juga ditambah lagi oleh Ibu Ni Made Pipit D, SS selaku Founding Officer BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam wawancara yang dilakukan pada hari Kamis, tanggal 25 Januari 2018 pukul 13.00 WIB menyatakan bahwa:

“Riswah itu kan seperti kita tidak boleh menerima fee/imbalan ya mbak, kalau di BPRS memang dilarang keras mbak, dari pimpinan sudah mengatakan bahwa kalau ketahuan ya pastinya kena SP3, cuman terkadang kalau saya bukan fee / imbalan ya mbak, kan saya di bagian pendanaan dan rata-rata saudara saya juga yang menabung, kalau di beri berupa jajan atau apapun itu ya saya menghargai itu, karena sudah kenal, begitu mbak.”

Selain itu peneliti juga melakukan wawancara dengan informan atas nama Ibu Eli sulianti selaku sebagai nasabah Pembiayaan Modal Usaha (pasar blimbing) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pada hari Kamis, tanggal 26 Januari 2018 pukul 09.00 WIB menyampaikan bahwa :

“Gak pernah mbak, saya ya apa adanya begini, dan ketika pembiayaan disetujui pun tidak ada campur tangan hal-hal seperti itu mbak, murni sesuai dengan apa yang terjadi, dan Alhamdulillah disetujui, lagian ya saya gak berani mbak gitu itu.”

Dari hasil wawancara tersebut tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang sangat menegaskan bahwa tidak diperbolehkan dalam setiap aktivitasnya melakukan risyah, namun dalam pelaksanaannya adapula yang masih melakukan

hal tersebut dengan menganggap remeh suatu hal yang dirasa hal tersebut bukanlah risywah tetapi ternyata termasuk didalam risywah.

Dari pemaparan para informan diatas dapat disimpulkan bahwa seorang tenaga pemasar bukan hanya sekedar memasarkan produknya, akan tetapi kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor utama dalam sebuah proses pemasaran. Dalam islam diajarkan agar seorang tenaga pemasar dalam menjalankan proses pemasaran dengan jujur, sopan, dan santun. Maka dari itu perlu adanya etika yang harus dipahami dan diterapkan dalam proses pemasarannya.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan beberapa informan berikut reduksi data dari wawancara dengan teknik triangulasi:



Tabel 4.2

Reduksi Data dengan Triangulasi Sumber

NO	ETIKA PEMASARAN ISLAM	PERNYATAAN	TEMA
1.	Memiliki Kpribadian spiritual (<i>Taqwa</i>)	<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ya tentunya harus. Misalnya seseorang pemasar itu harus mempunyai moral yang baik, akhlak yang baik. <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> Melihat bagaimana mbak pipit ini bertutur kata, cara melayani saya dengan baik, menjelaskannya juga sopan saya merasa pastinya juga mempunyai akhlak dan pemahaman agama yang baik. 	Moral
		<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Dengan itu kami memberikan sentuhan kegiatan islami untuk para karyawan untuk memperdalam tingkat spiritual mereka. Setiap seminggu sekali yaitu pada hari kamis kami mengadakan tadarusan bersama yang ditutup dengan kajian-kajian <p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Pada hari kamis, kami mengadakan kajian rutin membahas tentang ayat-ayat alqur'an untuk para karyawan dan juga memakai pakain muslimah <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini setiap kamis ada kajian islami 	Kajian keislaman

		<p>untuk memperdalam kepribadian spiritual para karyawan.</p> <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalau saya ya yang penting tidak melanggar aturan dalam islam dan menjalankan anjurannya. 	
		<p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • kalau untuk kepribadian spiritual insyaallah bagus mbak, sesuai dengan ajaran dan tuntunan islam, saya juga mengenal mbak pipit ini, karena mbak pipit juga bekerja sambilan di lembaga saya ini mbak jadi saya sedikit taulah mengenai spiritual mbak ini dari kesehariannya <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya menjadi nasabah di BPRS ini kan belum terlalu lama mbak, jadi saya tidak terlalu paham dengan kepribadian spiritual tersebut, cuman saya bisa melihat dari mas totok ini menyampaikan produk yang di pasarkan, cara berbicaranya, itu menunjukkan bahwa insyallah orangnya mempunyai spiritual yang bisa dibilang baik 	Spiritual yang baik
		<ul style="list-style-type: none"> • (informan 3) kalau saya sebisa mungkin ketika adzan dan saya masih berada di luar langsung mencari masjid terdekat, tetapi kadang pula juga tidak tepat waktu, tetapi saya insyaallah tidak pernah melewatkan shalat 	Tidak pernah meninggalkan shalat

		walaupun tidak tepat pada waktunya	
2.	Berkepribadian Baik dan Simpatik (<i>Shiddiq</i>)	<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> mereka harus pandai bergaul, di BPRS ini kan sistemnya muamalah mbak, jadi gak melulu hanya orang muslim, bisa dari semua kalangan, <p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> harus bisa menjalin silaturahmi dengan baik, selain itu mereka harus bisa membuat nasabah nyaman akan dirinya, <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> bersilaturahmi dengan baik, lalu ketika bersilaturahmi kita harus loyal, <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> harus bisa menarik pelanggan agar mau menabung di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> silaturahmi yang kuat. 	Pandai bergaul
		<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> ramah, sopan, santun, <p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> mempunyai kepribadian yang baik agar nasabah loyal, <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> harus ramah, jujur, mempunyai kepribadian yang baik. <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> harus ramah, sopan, baik, karena ketika kita itu sopan baik ramah itu mereka pasti akan merasa nyaman dan ingin menabung di bank kita <p>(informan 5)</p>	Ramah, baik, sopan dan santun

		<ul style="list-style-type: none"> • selain itu mbaknya juga ramah, baik, sopan, tidak sombong, membuat saya itu nyaman mbak, <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • selain itu beliau juga ramah, baik, sopan, tanggung jawab <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Banyak mbak, mas totok itu orangnya ramah, silaturahmiya kuat, kalau melayani saya itu sabar, baik. 	
		<p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • tidak hanya membahas tentang produk bank saja, tetapi mereka harus mendengarkan dan bahkan menanggapi apabila nasabah mengajak seorang marketer untuk membicarakan hal lainnya. <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • menanggapi nasabah ketika mereka ingin membahas yang lainnya yang bahkan menyimpang dari produk yang kita pasarkan, <p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • malah sudah seperti saudara mbak, soalnya kalau cerita lain diluar kepentingan ya tetap menanggapi, enak mbak intinya, sabar juga. <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • dan pastinya mau mendengarkan keluhan kesah kita baik itu mengenai pembiayaan atau diluar itu. 	Simpatik

3.	Berlaku Adil dalam Berbisnis (<i>Al'adl</i>)	<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harus adil, tetapi sesuai dengan proporsinya, semisal nasabah satu orangnya jujur satunya lagi tidak jujur, nah seorang marketer itu harus tetap adil ya cuman itu tadi sikap adil antara nasabah yang jujur dan tidak jujur ada bedanya <p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tenaga pemasar disini selalu mencoba diterapkan pada diri sendiri untuk tidak membeda-bedakan nasabah satu dengan lainnya, entah nasabah itu kaya, dari kelas menengah atau kelas bawah harus bisal adil, jadi kami disini harus memperlakukan sama dengan yang lainnya. <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya tidak pernah membeda-bedakan antara nasabah satu dengan lainnya, walaupun nasabah satunya melakukan pembiayaan lebih besar dengan satunya saya akan tetap memperlakukan dengan sama <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalau saya memandang mereka semua ya sama mbak, misalnya ada nasabah baru, saya yang memperlakukan mereka sama seperti yang sudah lama, ya biar mereka semakin nyaman dan suka kalau menabung di BPRS <p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alhamdulillah tidak pernah mbak, semisal ketika saya ingin mbak pipit ke tempat saya dan 	Tidak membeda-bedakan
----	--	---	-----------------------

		<p>sudah janji dan nada nasabah lain juga mau ditemui mendadak, beliau selalu menepati janjinya dahulu mbak bahwa ke tempat saya dahulu baru ke yang lain, jadi selalu adil sesuai kesepakatan.</p> <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak mbak, mbak pipit ini orangnya baik, karena sampai saat ini pun selalu baik baik saja, dan tidak ada keluhan apapun. <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enggak mbak, gak pernah, walaupun saya ini tergolong belum lama, belum ada setahun, tapi ya mas totok memperlakukan saya itu sama seperti dengan teman saya yang sudah lama menabung di BPRS yang sudah merekomendasikan saya di BPRS juga, 	
4.	Melayani Nasabah dengan Rendah Hati (<i>Khidmah</i>)	<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalau di BPRS sendiri, kita menerapkan <i>service excellent</i> mbk, tetapi itu untuk dikantor, kalau untuk marketing sih tidak ada secara tertulis hanya hampir-hampir miriplah dengan yang dikantor. <p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ya seperti harus bersikap baik, harus ramah menghadapi nasabah, sopan, ketika mempunyai janji harus ditepati, harus loyal, karena itu semua termasuk faktor utama dimana nasabah itu akan semakin tertarik dan mau menggunakan produk dari BPRS ini. 	<p><i>Service excellent</i></p> <p>Melayani dengan baik, ramah, sopan dan santun</p>

		<p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • mereka selalu melayani nasabah/calon nasabah dengan berisikap ramah, sopan dan santun, karena pelayanan yang baik seperti kriteria yang sudah saya paparkan, menjadikan nasabah banyak tertarik dan memaikai produk-produk yang di pasarkan oleh bank kami. <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • memperlakukan mereka dengan baik, kita harus ramah, sopan, harus rendah hati, intinya memberikan pelayanan yang baik yang dimana menjadikan mereka ingin terus menggunakan produk kita, bahkan yang awalnya hanya calon nasabah dan pada akhirnya menjadi nasabah resmi kita. <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yang pastinya harus sopan, ramah, rendah hati, ya intinya memberikan kenyamanan lah mbak, sama sering-sering silaturahmi kalau terkadang memang lewat di daerah si nasabah dan nasabah lagi nganggur dan saya juga nganggur. <p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sip mbak pelayanannya, selain mbak pipit ini kan sudah kenal saya sebelum, begitupun sebaliknya, jadi saya ya ngerasa yang diberikan mbk pipit sama saya itu selalu pas gitu mbak, maksudnya ya saya tidak pernah bermasalah dengan pelayanan tersebut. <p>(informan 6)</p>	
--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> Baik mbak, saya merasa puas dengan apa yang diberikan sama mbak pipit ini, mulai dari sikapnya, ramah orangnya, produknya, orangnya juga supel, semuanya itu membuat saya itu nyaman dan seneng mbak bisa nabung dan kenal sama mbak pipit ini. <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> Banyak mbak, mas totok itu orangnya ramah, silaturahmi kuat, kalau melayani saya itu sabar, baik. 	
		<p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> Yang pastinya bisa datang ke tempat saya mbak, karena kan saya sibuk kalau mau kesana itu jauh, nah di BPRS ini mbak mbaknya bisa datang kesini langsung ambil uangnya, dan benar-benar merasa nabung, kan gak ada ATM nya, jadi gak diambilin terus. <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> Yang pasti karena bisa datang ke sekolah ya mbak, kan gak mungkin kalau saya harus ke blimbing jauh dan juga anak anak kalau mau nabung kan gak mesti, jadi ketika tiba tiba minta kesini tidak sesuai jadwalpun kalau mbak pipit bisa ya pasti kesini mbak 	Kemudahan dalam bertransaksi
5.	Menepati Janji dan Tidak Curang (<i>tahfit</i>)	<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> harus bisa menepati janji kalau memang sedang 	Menepati janji

		<p>membuat janji dengan nasabahnya.</p> <p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kami menerapkan sebisa mungkin pada tenaga pemasar kami untuk menepati janji yang telah dibuatnya, walaupun mereka memang benar – benar tidak bisa hadir / menepati janjinya, mereka harus membicarakannya terlebih dahulu kepada nasabahnya. karena jika tidak menepati otomatis nasabah akan membuat nasabah menjadi tidak loyal. <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • sebisa mungkin saya selalu menepati janji saya kepada nasabah, jadi di BPR Syariah ini setiap pemasar mempunyai jadwal buku kunjungan, jadi agar tidak lupa dengan janji tersebut kami selalu mencatatnya pada buku tersebut. • Akan tetapi ketika memang kebetulan memang tidak bisa memenuhi janji pada hari itu saya akan menghubungi nasabah tersebut untuk meminta maaf dan mencoba negoisasi berganti hari, tetapi ketika mereka tetap tidak bisa saya akan dahulukan yang lebih penting dan prioritaskan. <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • sebisa mungkin saya tepati mbak, semisal kalau benar-benar tidak bisa ya saya akan mengubah waktunya, dan kan juga disini sudah ada buku kunjungan, jadi lebih terjadwal, insyaallah 	
--	--	--	--

		<p>kalau ada janjipun tidak akan lupa karena sudah dicatat</p> <p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Iya mbak, sampai saat ini selalu menepati janjinya mbak pasti sebisa mungkin dia mengusahakan untuk menepati janjinya kalau memang beliaunya sudah berani membuat janji. <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selama ini mbk pipit belum pernah tidak menepati janjinya mbak 	
		<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • gak boleh curang <p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gak mbak, soalnya buku tabungan kan juga saya bawa, saya selalu cocokan sama tanggal-tanggal kapan saya setor kapan saya ambil dan selama ini Alhamdulillah selalu cocok mbak, gak ada selisih atau apa gitu. <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak mbak, karena saya selalu melihat proses penulisan uangnya ketika saya sedang melakukan setoran dan di buku tabungannya juga saya cek, Alhamdulillah sama terus. <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alhamdulillah mbak selalu sampai saat ini, mas totok juga tidak pernah meleset dari prosedur-prosedur yang di pasarkannya. 	Tidak curang
6.	Jujur dan Terpercaya (<i>Al Amanah</i>)	(informan 1)	Jujur

		<ul style="list-style-type: none"> • Harus mbak, karena kejujuran itu penting dalam bermuamalah dan harus bersifat transparan, jadi baik dan buruknya produk yang ada dalam bank kami ya harus kami paparkan kepada nasabah kami, agar mereka merasa bahwa kami tidak hanya sekedar hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan, tetapi persaudaraan. (informan 2) • Iya mbak, harus, karena kejujuran itu yang paling utama, karena nilai kejujuran akan mencerminkan sifat pribadi seseorang tersebut. (informan 4) • Iya perlu, karena ketika kita sekali tidak jujur yang akan ditakutkan itu efek dari ketidak jujuran itu mbak, bisa – bisa kita kehilangan nasabah, orang juga sulit untuk percaya pada saya bahkan pada BPRS, nah itu saya lupa menyebutkan bahwa jujur itu perlu dan juga termasuk kreteria untuk menjadi seorang marketing. (informan 5) • Insyaallah jujur mbak, ya begitu yang saya bilang tadi, mbak pipit kan juga lumayan sering bertemu saya, jadi ya saya setidaknya tau bagaimana sikap mbak pipit ini. (informan 6) • kalau gak jujur ya saya gak mau mbak nabung di sini, apalagi bank syariah, harus bisa membawa nama itu 	
--	--	---	--

		<p>dong berdasarkan anjuran islam, harus jujur.</p> <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begini mbak, setiap prosedur yang di jelaskan pada saya itu tidak pernah meleset dari apa yang beliau lakukan selama ini. 	
		<p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • dengan menjelaskan baik buruk produk yang dipasarkan nasabah <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semisal seperti ini mbak, ketika ada plus minus dari produk pembiayaan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang saya ya bicarakan dengan apa adanya, kan inilah yang membuat berbeda, bahwa bank syariah itu harus bersifat transparan <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • ketika beliau memasarkan produknya ya dijelaskan semua secara terbuka mbak, gak ada yang ditutup-tutupi sesuai sama brosurnya. 	Transparan
		<p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • semakin ingin terus menggunakan produk dari bank kami dan mempercayainya untuk kedepannya. <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • dan juga kan saya dapat rekomendasi untuk mengajukan pembiayaan di sini kan dari teman saya dan dia juga sudah lama menjadi nasabahnya, 	Terpercaya

		intinya itu teman saya saja yang sudah lama menjadi nasabahnya masih percaya dengan mas totok dan BPRS, otomatis kan beliau itu jujur mbak, baik orangnya.	
7.	Tidak Suka Berburuk Sangka (<i>Su'udzon</i>)	<p>(informasi 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Menurut saya bukan berburuk sangka ya mbak, tapi ketika seorang tenaga pemasar itu melakukan survey pembiayaan lalu melihat ada kejanggalan, maka perlunya mereka itu menilai apakah mereka layak atau tidak, lalu di kroscek dengan kebenaran yang ada, jadi bukan berburuk sangka. <p>(informasi 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> Berburuk sangka pastinya tidak boleh di praktikan dalam kehidupan sehari-hari, apalagi dalam proses pemasaran, karena akan membuat keretakan hubungan antara nasab dan tenaga pemasar tersebut. Jadi alangkah baiknya seorang tenaga pemasar itu harus menjauhkan dan menghilangkan jauh fikiran buruk pada nasabah tersebut. <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> Tidak mbak Alhamdulillah, kan saya ini di bagian pendanaan, saya kesana ya hanya mengambil tabungan saja, jadi kalau fikiran seperti itu saya merasa gak pernah punya pemikiran buruk gitu mbk <p>(informan 5)</p> 	Tidak berburuk sangka

		<ul style="list-style-type: none"> Gak pernah mbak menurut saya, soalnya ketika terkadang saya lupa bahwa jadwal kamis itu waktunya pengambilan tabungan dan belum mempersiapkan uang tersebut ya beliau dapat mengerti dan paham apa kendala saya kok sampai lupa, lalu hari kapan lagi baru diambil kan juga lumayan sering bertemu jadi taulah bagaiman karakter diri saya itu bagaimana <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> Sejauh ini saya merasa beliau tidak pernah berprasangka buruk mbak, ketika saya ada kendala mendadak dan tidak jadi setoran beliau juga sabar dan malah memperi pengertian <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> Saya rasa enggak ya mbak, ya buktinya Alhamdulillah sampai sekarang ini hubungan saya sama mas totok berjalan lancar dan baik baik saja, seperti hari-hari biasanya <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ya namanya orang terkadang ya ada saja mbak fikiran seperti itu, tetapi ya sebenarnya lebih ditekankan bahwa kita harus waspada dan berhati-hati, begitu mbak. 	
8.	Tidak Suka Menjelek-jelekan (<i>Ghibah</i>)	<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Membandingkan itu perlu mbak, tapi tidak untuk menjelekan, dan itupun untuk koreksi pada lembaga kami saja, tetapi ini bersifat internal, 	Membandingkan tanpa membicarakan keburukan yang lain.

		<p>semisal pada rapat atau dengan karyawan BPRS sendiri.</p> <p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ya kalau membandingkan itu perlu mbak tapi tanpa menjelek –jelekan loh mbak dengan tujuan ketika kami membandingkannya dengan yang lain, itu bisa membuat BPRS menjadi lebih baik, kurangnya apa, harus bagaimana dan menjadi tolak ukur agar terus menjadi lebih baik. <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalau membandingkan ya perlu mbak tentunya tanpa menjelek-jelekan, tetapi kalau di BPRS perbandingan itu sifatnya internal <p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selama saya menjadi marketing disini saya tidak pernah mbak menjelek-jelekan yang lain di depan nasabah, mungkin lebih memberikan pengertian kalau nabung di BPRS itu lebih mudah, dengan menawarkan berbagai fasilitas dan lebih menjelaskan tentang kelebihan dari bank syariah sendiri, <p>(informan 5)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya rasa gak pernah mbak, hanya menjelaskan realnya tabungan saja, dan mbak pipit tidak menyangkut pautkan bank lain. <p>(informan 6)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kalau menjelek-jelekan gak pernah mbak, soalnya juga jarang membahas tentang bank lain, kan 	
--	--	---	--

		<p>biasanya mbak pipit kesini langsung ambil tabungan saja, walaupun membahas hal lain ya saya yang sering cerita pada beliau.</p> <p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wah kalau menjelek-jelekan gak pernah mbk <p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • nah kalau sudah bertemu di nasabah kita menjelaskan keunggulan kita tanpa membandingkan dengan yang lain dan juga tidak menjelekan yang lain. 	
		<p>(informan 7)</p> <ul style="list-style-type: none"> • pas dulu menawarkan produknya ya mas totok ini menjelaskan saja prosedurnya bagaimana kalau ingin menjadi nasabah di BPRS, selain itu kan kalo untuk bank lain misalnya bank konvensional ya saya sudah tau juga bagaimana modelnya dan mungkin beliau juga mengetahui dari teman saya kalau saya tau 	Menjelaskan keunggulan
9.	Tidak Melakukan Sogok (<i>Risywah</i>)	<p>(informan 1)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risywah itu kan suap/gratifikasi ya mbak, dengan tujuan agar memberikan hasil yang diinginkan oleh si pemberi tersebut, di dalam undang-undang perbankan itu namanya pelanggaran berat, tidak boleh mbak walaupun ketahuan tidak ada toleransi mbak, bisa saja dikeluarkan. • Tetap tidak diperbolehkan mbak, apapun itu yang namanya di beri suatu hal dari nasabah , kalau dalam 	Tidak melakukan risywah

		<p>peraturan tidak boleh, kalau ketahuan ya pasti akan out mbak.</p> <p>(informan 2)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semua karyawan yang ada di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini tidak merapkan seperti itu, kami juga tidak ada fee, kami melarang keras untuk gratifitasi karena itu adalah pelanggaran berat, tidak ada toleransi masalah itu. Apabila ada yang melanggar tidak ada toleransi dan akan dikenakan SP3 kalau di ulang lagi baru langsung di cut. <p>(informan 3)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pada dasarnya yang namanya risywah itu kan melakukan suap ya mbak, dalam agama kan juga tidak boleh, Begitupula disini, Dari pimpinan dan dari BPR Syariah Mitra Harmoni sudah benar benar tidak diperbolehkan mbak kalau masalah seperti itu, tetapi terkadang ada saja memang yang terkadang ketika berkunjung kerumahnya/survey pulang pulang diberi jajanan bahkan terkadang untuk uang bensin juga, sebisa mungkin ya saya harus menolaknya dengan halus, terkadang juga lewat telpon disuruh kesana begitu mbak, ya saya alasan, menolak bagaimanapun caranya dengan tetap halus <p>(informan 7)</p>	
--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none"> Gak pernah mbak, saya ya apa adanya begini, dan ketika pembiayaan disetujui pun tidak ada campur tangan hal-hal seperti itu mbak, murni sesuai dengan apa yang terjadi, dan Alhamdulillah disetujui, lagian ya saya gak berani mbak gitu itu. 	
		<p>(informan 4)</p> <ul style="list-style-type: none"> Risywah itu kan seperti kita tidak boleh menerima fee/imbalan ya mbak, kalau di BPRS memang dilarang keras mbak, dari pimpinan sudah mengatakan bahwa kalau ketahuan ya pastinya kena SP3, cuman terkadang kalau saya bukan fee / imbalan ya mbak, kan saya di bagian pendanaan dan rata-rata saudara saya juga yang menabung, kalau di beri berupa jajan atau apapun itu ya saya menghargai itu, karena sudah kenal, begitu mbak. 	Risywah

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Menurut Kotler dan Armstrong (2005:15) mengatakan bahwa implementasi pemasaran adalah proses mengubah rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran dalam rangka mencapai tujuan pemasaran strategis.

Menurut Kartajaya dan Sula (2006:52) Pemasaran Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholdersnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah

(*business*) dalam Islam. Hal ini berarti bahwa dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin, dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran dapat dibolehkan.

Menurut Rivai (2012,157) Kegiatan marketing atau pemasaran seharusnya dikembalikan pada karakteristik yang sesungguhnya, sebagaimana yang dilakukan Rasulullah, yaitu relegius, beretika, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Etika merupakan kajian yang sangat penting dalam islam, salah satunya adalah dalam menyempurnakan etika, baik etika dalam perkataan maupun dalam perbuatan bisnis harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan menjalankan fungsi-fungsi pemasaran secara Islam pada setiap aktivitas pemasarannya.

4.2.1 Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

1. Mempunyai Kepribadian Spiritual (*Taqwa*)

Menurut Kartajaya dan Syakir sula (2006,67) Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka. Ia hendaknya sadar penuh dan responsive terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang maha pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi sebuah kekuatan pemicu (*driving force*) dalam segala tindakan. Misalnya saja, ia harus menghentikan aktivitas bisnisnya saat datang panggilan shalat, demikian juga dengan kewajiban-kewajiban yang lain.

Berhubungan dengan spiritualisasi sebagai prinsip dan etos kerja juga ditunjukkan oleh manajemen perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari kebiasaan yang ditanamkan oleh Pimpinan BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, dimana setiap hari kamis mengadakan tadarusan bersama secara rutin dan ditutup dengan kajian – kajian islami yang berkaitan mengenai arti kandungan dari ayat- ayat pada Al'Qur'an yang di dalamnya juga diiringi dengan motivasi-motivasi kerja pemasar menurut islam. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan ilmu keagamaan pada setiap individunya. Sehingga ketika pada saat terjun ke lapangan seorang tenaga pemasar selalu mengingat Allah dan menjalankan prinsip-prinsip syariah dalam setiap aktivitas pemasarannya.

Di awali dengan menunaikan kewajiban yang diperintahkan Allah dan dibarengun oleh sunahnya, maka hal itulah yang menjadikan seorang tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang meyakini betul bahwa dalam berbisnis itu tidak selalu membicarakan tentang duniawi saja tetapi perlunya memasukan ilmu keislaman di dalamnya, selain itu dalam mengurus kegiatan dunia pun belum cukup tanpa diimbangi dengan hubungan pada sang pencipta Allah SWT. Sekalipun islam menyatakan bahwasanya berbisnis merupakan pekerjaan halal, pada tataran yang sama ia mengingatkan secara eksplisit bahwa semua kegiatan bisnis tidak boleh menghalangi mereka untuk selalu mengingat kepada Allah dan melanggar rambu-rambu perintahnya. Sepertihalnya penelitian (Lubaba, 2015) menunjukkan bahwa kepribadian spiritual adalah dengan mewujudkan ketaqwaan kepada Allah SWT, tindakan ketakwaan dengan cara bersedekah dan sholat tepat waktu.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-qur'an Surah Al-Munafiqun Ayat 9 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُلْهِكُمْ ءَمْوَالُكُمْ وَلَا ءَوْلَادُكُمْ عَن ذِكْرِ ءَللّٰهِ وَمَن يَفْعَلْ ذَٰلِكَ
فَءُوۡلَآئِكَ هُمُ الْخَٰسِرُونَ ﴿٩﴾

Artinya: 9. "Hai orang-orang beriman, janganlah hartamu dan anak-anakmu melalaikan kamu dari mengingat Allah. Barangsiapa yang berbuat demikian maka mereka itulah orang-orang yang merugi."

Ayat diatas menjelaskan bahwasanya kita sebagai orang yang beriman dalam mengurus urusan duniawi haruslah tetap selalu mengingat Allah SWT. sebagaimana seorang tenaga pemasar haruslah memperhatikan hal yang demikian karena dengan meletakkan Allah dalam setiap aktifitasnya akan memudahkan seorang tenaga pemasar dalam mendapatkan keberkahan dan kelancaran dalam menjalankan aktifitas pemasarannya.

Dari hasil wawancara dan obeservasi dapat disimpulkan bahwa tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang selalu memperhatikan dan meningkatkan kualitas diri dengan tidak pernah meninggalkan shalatnya, walaupun tidak selalu tepat pada waktunya, mempunyai moral yang baik, dimana perwujudan dari moral tersebut adalah dengan menjauhi larangan dan mematuhi perintahnya seperti tidak melakukan korupsi, tidak pernah berbuat curang, tidak pernah mencuri dll dan mengikuti kajian-kajian keislaman yang telah difasilitasi oleh lembaga sehingga dalam penerapannya di lapangan seorang tenaga pemasar senantiasa mengingat Allah dan menjalankan prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan. Hal yang demikian dijabarkan oleh Account Officer dan dibenarkan nasabah secara langsung, dan selama melakukan observasi, peneliti juga mengikuti secara langsung

kegiatan keislaman seperti tetap mengingat Allah dalam aktifitas pemasarannya dengan ikut berjamaah saat sebelum perjalanan menuju BPRS kembali. Selain itu seorang tenaga pemasar saat menyampaikan produknya di naungi dengan tutur kata yang baik disertai dengan sedikit nilai keislaman yang keluar dari mulut tenaga pemasar tersebut.

Dalam hal tersebut, peneliti melihat seorang tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang meyakini betul bahwa dalam berbisnis itu tidak selalu membicarakan tentang duniawi saja tetapi perlunya memasukan ilmu keislaman di dalamnya, selain itu dalam mengurus kegiatan dunia pun belum cukup tanpa diimbangi dengan hubungan pada sang pencipta Allah SWT. Sekalipun islam menyatakan bahwasanya berbisnis merupakan pekerjaan halal, pada tataran yang sama ia mengingatkan secara eksplisit bahwa semua kegiatan bisnis tidak boleh menghalangi mereka untuk selalu mengingat kepada Allah dan melanggar rambu-rambu perintahnya.

2. Berkepribadian baik dan simpati (*shiddiq*)

Menurut Kartajaya dan sula (2006,67) Al-Quran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan mencakup semua sisi manusia. Sifat ini adalah sifat Allah yang harus dimiliki oleh kaum Muslim. Banyak ayat dalam Al-Quran dan hadis-hadis Rasulullah yang memerintahkan kaum Muslim untuk bermurah hati. Al-quran mengatakan bahwa Rasulullah adalah manusia yang sangat pengasih dan murah hati.

Perilaku baik yang diterapkan tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang yaitu dalam setiap aktifitas pemasarannya selalu bersikap baik, ramah, sopan, dan santun. Dengan ditetapkan nilai budaya kerja tersebut, maka sudah menjadi kewajiban sebagai seorang tenaga pemasar berperilaku baik dalam aktifitas pemasarannya. Dalam proses dilapangan seorang tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang disamping menawarkan produk mereka juga memberikan sikap simpatiknya kepada nasabah dengan tidak hanya mendengarkan segala keluhan kesah mengenai aktifitas pemasaran saja melainkan juga mendengar keluhan kesah yang tidak ada hubungannya dengan aktifitas pemasaran.

Menurut hasil wawancara dan obeservasi dapat disimpulkan bahwasanya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang berperilaku baik dan simpatik. Hal tersebut dijabarkan oleh Kabid pemasaran & PBY (Pembiayaan), *Account Officer, Founding Officer* dan ditambahkan atas pernyataan Ibu Putri Handayani selaku nasabah tabungan IB Harmoni (lembaga *language*) di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

Perilaku baik yang demikian peneliti melihat secara langsung ketika saat mengunjungi tempat nasabah tersebut bersama tenaga pemasar BPRS, dimana kami disambut dengan baik layaknya lebih hanya hubungan antara nasabah dan patner bisnis, selain itu juga membicarakan hal lain yang tidak ada kaitannya dengan aktivitas pemasaran dimana nasabah dan tenaga pemasar terlihat akrab bahkan sangat nyaman. Dengan demikian dapat diketahui dampak positif adanya pelayanan yang diberikan oleh tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang yang membuat nasabah menjadi loyal, nyaman serta menjadikan nasabah mempromosikan produk serta lembaga keuangan pada teman sekitarnya.

Sebagaimana hasil penelitian terdahulu (Toriqqudin, 2015) bahwa bisa dikatakan pemasaran beretika jika memenuhi dua komponen yaitu lemah/ramah dan sopan santun.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Kartajaya dan Sula (2006:70) yang mana dijelaskan akan pilar penting dari sifat *Siddiq* yang harus melekat pada diri tenaga pemasar, antara lain:

- a. Selalu menampakkan wajah yang manis, sopan, berperilaku baik, empati dan simpatik. Sebagaimana firman Allah dalam QS Luqman ayat 18-19 yang berbunyi:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ
مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿١٨﴾ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ
الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

Artinya: 18. Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. 19. Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.

Ayat tersebut berisikan tentang akhlak dan sopan santun berinteraksi dengan sesama manusia. Yang mana menekankan untuk tidak memalingkan wajah ketika berbicara dengan lawan bicaranya atau sebaliknya, sebagai sikap perendahan kita terhadapnya. Serta untuk tidak berlebihan dalam berbicara dan janganlah meninggikan suara dalam hal yang tidak perlu.

- b. Sikap lembut dan murah hati sebagaimana sifat Rasulullah Saw. Hal yang demikian tercantum dalam QS. Al-Imran Ayat 159 dijelaskan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ
 حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
 عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: 159. "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya."

Ayat tersebut menjelaskan tiga hal secara berurutan untuk dilakukan sebelum melakukan transaksi dimana yang pertama, Bersikap lemah lembut. Orang yang melakukan musyawarah harus menghindari tutur kata yang kasar serta sikap keras kepala. Jika tidak, maka mitra musyawarah akan pergi menghindar. Kedua, Memberi maaf dan bersedia membukan diri. Kecerahan pikiran hanya dapat hadir bersamaan dengan sinarnya kekesaran hati serta kedengkian dan dendam. Ketiga, memohon ampunan Allah sebagai pengiring dalam bertekad bertawakkal kepada-Nya atas keputusan yang dicapai.

- c. Mampu membuat kesan yang baik sehingga terkenang dengan kebaikan yang dibuat. Sebagaimana dalam surat Al-Israa' ayat 28 yang berbunyi:

وَأَمَّا تَعْرِضْنَ عَنْهُمْ أَسْتَعَاذَ رَحْمَةِ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا
 ﴿٢٨﴾

Artinya: 28. "Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas."

Ayat tersebut menjelaskan untuk senantiasa berkata kepada mereka yang membutuhkan dengan kata-kata yang lemah lembut dan ramah, serta janjikanlah kepada mereka bahwa apabila kamu mendapat rezeki dari Allah, maka kamu akan menghubungi mereka. Dengan kata lain agar nantinya kita mempunyai kesan yang baik bagi mereka yang membutuhkan.

Dengan demikian dari ciri-ciri seorang tenaga pemasar yang baik serta berlandaskan dengan ayat al-qur'an diatas dapat dipahami bahwasanya sebagai seorang tenaga pemasar harus memperhatikan sikap dan perilakunya agar nantinya memberikan kesan yang baik pula. Sikap baik yang yang diberikan nantinya akan memberikan timbal balik kepada lembaga keuangan dimana nasabah tersebut akan menjadi loyal dan bahkan senantiasa mempromosikan lembaga serta produk BPR Syariah Kepada teman sekitarnya.

3. Berlaku Adil dalam Bisnis (*al'adl*)

Menurut Kartajaya dan sula (2006,67) Berbisnislah kalian secara adil, demikian kata Allah. Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah Swt. Sikap adil (*al-'adl*) termasuk di antara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh islam dalam semua aspek ekonomi islam. Al-Quran telah menjadikan tujuan semua risalah langit adalah untuk melaksanakan keadilan. "Al-'adl" adalah termasuk di antara nama-nama Allah. Lawan kata dari keadilan adalah kezaliman (*al-zhulm*), yaitu sesuatu yang telah diharamkan Allah atas dirinya sebagaimana diharamkannya atas hamba-hambanya.

Dalam Asnawi dan fanani (2017:210) menjelaskan bahwa adil memiliki arti seimbang atau tidak memihak dan memberikan hak kepada orang yang berhak menerimanya tanpa adanya pengurangan, dan meletakkan segala urusan pada tempat yang sebenarnya tanpa ada aniaya, dan mengucapkan kalimat yang benar tanpa ada yang ditakuti kecuali terhadap Allah SWT.

Dari hasil wawancara dan observasi, tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini telah menerapkan prinsip keadilan dalam menjalankan aktifitasnya yang mana telah memberikan apa yang telah menjadi hak dan kewajiban bersama. Hal demikian dijabarkan oleh Direktur 2, Kabid Pembiayaan & PBY serta para tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dan dibenarkan oleh nasabah yang mana prinsip keadilan benar-benar tertanam dalam diri setiap individu tenaga pemasar sebagaimana selama proses pemasaran tidak pernah membedakan antara satu dengan lainnya serta mengutamakan keadilan sesuai dengan proporsinya, dalam memasarkan produknya menggunakan konsep muamalah. Dan ketika nasabah 1 sudah membuat janji terlebih dahulu maka ketika ada janji lain akan dilakukan sesuai dengan kesepakatan yang telah di buat terdahulu. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa sifat adil yang dimiliki tenaga pemasar BPRS dengan meletakkan segala urusan pada tempat yang sebenarnya tanpa adanya aniaya. Sebagaimana hasil penelitian terdahulu (Lubaba, 2015) yang mengatakan bahwa seseorang harus bisa berbuat adil kepada siapapun.

Dengan demikian perilaku adil merupakan pengakuan dan perlakuan seimbang antara hak dan kewajiban dengan kata lain tidak memihak kesalah satu pihak, serta tidak membedakan antar kelas sosial. Seperti halnya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang menerapkan pada diri sendiri bahwa dalam

memasarkan produknya tidak pernah membedakan antara nasabah dengan pembiayaan kecil maupun besar, kelas sosial, serta memberikan hak yang sama sesuai dengan proporsinya. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 135 menjelaskan:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلّٰهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ
وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللّٰهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَن تَعْدِلُوا وَإِن
تَلَوُّوْا أَوْ تُعْرَضُوا فَإِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ﴿١٣٥﴾

Artinya: 135. "Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan."

Dari ayat tersebut Allah SWT memrintahkan hambanya untuk menegakkan keadilan, tidak berat sebelah. Agak dalam menegakkan keadilan mereka tidak takut akan cercaan atau ejekan orang lain, hendaklah orang tersebut saling tolong menolong dan bahu membahu untuk tegaknya keadilan. Dan dalam praktiknya janganlah berlaku berat sebelah atau tidak adil karena terpengaruh oleh kekayaan atau kemiskinannya. Tegakkan keadilan dalam setiap keadaan, kepada siapapun dan meskipun karena keadilan itu akan membuat orang membencimu.

Dalam Kertajaya dan Sula (2006:74) menambahkan bahwa dalam bisnis modern, sikap adil harus tergambarakan bagi semua stakeholder, semuanya harus merasakan keadilan. Tidak boleh ada satu pihak pun yang hak-haknya terdzalimi, terutama bagi stakeholder utama, yaitu pemegang saham, pelanggan, dan karyawan.

Mereka harus terpuaskan (*satisfied*) sehingga dengan demikian bisnis bukan hanya tumbuh dan berkembang, melainkan juga berkah dihadapan Allah SWT.

4. Bersikap Melayani dan Rendah Hati (*khidmah*)

Menurut Kartajaya dan sula (2006,67) Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang iman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnis. Rasulullah bersabda bahwa salah satu ciri orang beriman adalah mudah bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun mudah bersahabat dengan orang lain, dan orang lain pun mudah bersahabat dengannya. Rasulullah bersabda, “Semoga Allah memberikan rahmat-nya kepada orang yang murah hati, sopan pada saat dia menjual, membeli, atau saat menuntut haknya.” Al-Quran memerintahkan dengan sangat ekspresif agar kaum Muslim bersifat lembut dan sopan santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. seperti halnya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam aktifitas pemasarannya tidak hanya menjajahkan nasabah akan produk yang dibawanya, akan tetapi lebih kepada pelayanan nasabah dimana menggali kebutuhan dan keinginan tersebut dengan sifat sifat baiknya.

Pelayanan yang prima dicerminkan dari bagaimana tenaga pemasar BPR Syaroah Mitra Harmoni Malang memberikan pelayanan yang baik, sopan, ramah dan memiliki silaturahmi yang kuat sehingga nasabah merasa terpuaskan. Dikatakan puas, ketika nasabah mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan mudah dan mendapatkan lebih dari apa yang mereka inginkan selama ini.

Dari hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwasanya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang mempunyai sikap melayani yang baik dalam kepribadiannya. Pernyataan tersebut di benarkan oleh nasabah serta sesuai dengan hasil obervasi, dimana tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang memberikan fasilitas yang memudahkan nasabah dengan sistem jemput bola, yang mana tenaga pemasar datang langsung ke tempat dengan tujuan mempermudah nasabah untuk menabung dan menggunakan produk BPR Syariah. Selain itu selama prosesnya tenaga pemasar BPR Syariah bersikap ramah, sopan, memppunyai sikap silaturahmi yang baik dan tidak ada unsur pemaksaan di dalamnya. Sebagaimana surat Al-Maidah ayat 2:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحِلُّوا شَعَيْرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا
ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ
وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: 135. “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Melalui ayat diatas Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong didalam koridor “mengerjakan kebijakan dan takwa” dan Allah Melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas.

Dengan demikian memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja

yang mau melakukannya. Pelayanan yang baik menghasilkan kepuasan dan menciptakan hubungan yang harmonis, silaturahmi lancar bahkan dapat membuat seseorang menjadi sangat loyal. Sebagaimana hasil penelitian terdahulu (Lubaba, 2015) bahwa pelayanan yang baik adalah dengan menerapkan S5 (senyum, salam, sapa, sopan, santun).

5. Menepati Janji dan Tidak Curang (*Tahfit*)

Menurut Kartajaya dan Sula (2006,67) Allah Swt. Berfirman tentang sikap amanah, “jika sebagian kamu memercayai sebagian lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah tuhanannya”. Janji kepada nasabah memang terkadang dialami oleh pemasar. Namun seorang tenaga pemasar syariah harus memegang teguh etika dalam melakukan pemasaran kepada calon nasabahnya. Tidak hanya harus menepati janji saja melainkan harus terhindar dari kecurangan. Dengan kata lain setiap apa yang dijanjikan oleh seorang tenaga pemasar haruslah ditepatinya dan tidak boleh juga melakukan aktifitas pemasaran yang merugikan nasabah. Selalu berupaya menciptakan nilai produk yang baik. Tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang telah menerapkan hal yang demikian dimana selalu menjaga hubungan baik dengan nasabahnya termasuk didalamnya tidak melakukan kecurangan serta selalu menepati janji-janji yang telah disepakati bersama. Semisal dalam proses dalam proses pemasarannya tidak pernah keluar dari prosedur yang telah ada, data data sesuai dengan yang ada dan selalu menepati janji yang telah disepakati bersama.

Dari hasil wawancara dan observasi dapat disimpulkan bahwa tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam proses pemasarannya memaparkan secara menyeluruh ketentuan – ketentuan yang ada. Selain itu ketika

saat nasabah sedang melakukan proses transaksi, nominal yang telah di tuliskan juga sesuai dengan buku tabungan yang dimiliki nasabah serta ketika membuat janji seperti berkunjung ke nasabah tenaga pemasar BPRSyariah selalu menepatinya karena selain mengingatkan pada diri sendiri bahwa mempunyai janji pada hari tertentu juga tertulis secara rapi pada buku kunjungan yang telah difasilitasi oleh BPRSyariah sendiri. Hal tersebut dipaparkan secara langsung oleh Direktur 2, *Account Officer*, *Founding Officer*, dan dibenarkan oleh nasabah dimanadalam proses transaksinya tenaga pemasar BPRSyariah selalu menepati janji dan selalu sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat. Dengan demikian disamping tenaga pemasar tersebut menunaikan apa yang ia paparkan secara tidak langsung juga menciptakan hubungan yang saling amanah diantaranya.

Hal demikian sebagaimana dalam Asnawi dan Fanani (2017:210) berpendapat bahwa dalam syariat Islam, janji merupakan akad (ikatan) yang wajib dipenuhi dan ditepati sesuai dengan kesepakatan kedua pihak yang mengadakan akad perjanjian, baik mengenai waktu maupun objek yang dijanjikan.

Dengan demikian orang yang berjanji berarti orang tersebut sedang berutang sampai janjinya dipenuhi. Dan orang yang mampu memenuhi janjinya memiliki kelebihan sifat yaitu amanah, sedangkan yang tidak mampu menepati janji merupakan orang munafik. Dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ
عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya: 91. "Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat."

6. Jujur dan Terpercaya (*Al amanah*)

Menurut Kartajaya dan sula (2006,67) Di antara akhlak yang harus menghiasi bisnis syariah dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Kadang-kadang sifat jujur dianggap mudah untuk dilaksanakan bagi orang-orang awam manakala tidak dihadapkan godaan duniawi. Disinilah islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka.

Seperti halnya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam melakukan pemasarannya selalu menerapkan sikap kejujuran dan transparansi dalam dirinya, karena kejujuran dan transparansi sangatlah penting dalam bermuamalah. Ketika seorang tenaga pemasar sudah menerapkan hal tersebut maka rasa kepercayaan akan masuk dalam diri nasabah dan membuat nasabah menjadi loyal. Tenaga pemasar yang *shiddiq* akan mendapat rahmat dan berkah dari Allah SWT. Serta menjadi ciri-ciri orang bertakwa. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 119:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴿١١٩﴾

Artinya: 119. "Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar."

Dengan demikian dari hasil wawancara dan observasi disimpulkan bahwasanya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang telah merepakan sikap kejujuran dalam setiap aktivitas pemasarannya, mulai dari cara menawarkan produknya dengan menjelaskan baik dan buruk produk tersebut dengan transparan dan sesuai dengan ketentuan yang ada. Hal yang demikian dibenarkan oleh nasabah dan sesuai dengan hasil observasi lapangan selama melakukan penelitian. Sebagaimana hasil penelitian terdahulu (Toriqqudin, 2015) yang mengatakan

bahwa etika pemasaran yang terdapat dalam Al-Qur'an adalah pemasaran bersifat transparan yang dimana apabila memenuhi tiga komponen yaitu tidak menggunakan cara bathil, realisti dan bertanggung jawab.

Menurut Asnawi dan Fanani (2017:273), bentuk nyata dari insan yang *shiddiq* dalam praktik pemasaran antara lain kesungguhan dalam menepati janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan, tidak bohong dan tidak menipu. Hal yang demikian sesuai dengan yang diterapkan tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dimana dalam praktiknya menanamkan pada diri sendiri untuk selalu bersikap jujur, transparan, tanpa adanya kebohongan.

Sifat kejujuran haruslah melekat dalam diri seorang tenaga pemasar islam, dimana dalam praktiknya sikap jujur dikedepankan dibandingkan dengan meraup keuntungan yang tetapi dengan cara tidak jujur. Kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehingga dapat dijadikan pegangan dan menjadikan kepercayaan tersendiri didalamnya. Dengan demikian jujur merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktik pemasaran islam.

7. Tidak Suka berburuk Sangka (*Su'udzon*)

Menurut Kartajaya dan sula (2006,67) *Su'udzon* adalah awal dari penyakit hati. Orang yang mempunyai sifat *su'udzon* akan menafsirkan setiap apa yang terjadi akan menjadi jelek dalam pandangannya. Saling menghormati satu sama lain merupakan ajaran Nabi Muhammad Saw. Yang harus diimplementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkkan pengusaha yang lain, hanya bermotifkan persaingan bisnis. Amat naif jika perilaku seperti ini terdapat dalam praktisi bisnis, apalagi bagi praktisi yang sudah berani

menempelkan atribut syariah sebagai positioning bisnisnya. Karena itu, sepatutnya akhlak para praktisi, akademisi, dan para pakar ekonomi syariah harus bisa menjadi teladan bagi umat.

Tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang tidak pernah menyebutkan tindakan yang dilakukan tersebut adalah berburuk sangka dan menegaskan bahwa mereka tidak pernah berburuk sangka, tetapi lebih kepada berhati-hati dalam setiap langkah aktifitasnya, agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan. Sebagaimana dalam Asnawi dan Fanani (2017:218), *su'udzon* adalah akhlak yang sangat tidak terpuji karena mengandung arti berburuk sangka, dan *su'udzon* adalah awal dari penyakit hati.

Dalam praktiknya tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam proses pemasaran selalu memperhatikan sikap serta ucapan yang dikeluarkan, baik dari diri sendiri maupun dari nasabah pada saat melakukan proses pemasaran agar tidak timbul sifat *su'udzon*. Namun dalam pelaksanaannya tidak semua tenaga pemasar dapat membendung sifat tersebut, salah satu tenaga pemasar pernah memiliki sifat tersebut. Hal ini meyakini pada dirinya bahwa sifat tersebut terkadang hadir walau tidak diinginkan, namun tenaga pemasar di BPR Syariah ini lebih mencoba untuk menghilangkan perlahan-lahan sifat itu serta lebih menekankan untuk berhati-hati dan tetap mengingat kepada ketentuan-ketentuan sebagai seorang tenaga pemasar islam yang harus mematuhi prinsip-prinsip syariah. Sebagaimana firman Allah:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَجْتَبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَن يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٣﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.

Dari ayat tersebut, selaku pelaku bisnis dihimbau alangkah lebih baiknya meninggalkan perbuatan berburuk sangka. Akan lebih mulia jika seorang tenaga pemasar justru menonjolkan kelebihan-kelebihan saudaranya, rekan kerjanya, perusahaannya, atau bahkan jika perlu pesaingnya. Disini akan tergambar sebuah akhlak yang indah, yang justru menarik simpatik pelanggan maupun mitra bisnisnya.

8. Tidak suka menjelek-jelekan (*Ghibah*)

Menurut Kartajaya dan Syakir sula (2006,67) Penyakit hati yang lain, selalu *su uzh-zhann*, yang banyak menimpa umat islam, termasuk mungkin praktisi dan akademis ekonomi syariah, adalah *ghibah*. Kita dilarang *ghibah* (mengumpat/menjelek-jelekan). Seperti firman Allah, “Dan jangan sebagian dari kamu mengumpat sebagian yang lain.” *Ghibah* disebut juga suatu ejekan merusak, sebab sedikit sekali orang yang lidahnya dapat selamat dari cela dan cerca. *Ghibah* menurut istilah adalah membicarakan kejelekan dan kekurangan orang lain dengan maksud mencari-cari kesalahannya, baik jasmani, agama, kekayaan, akhlak ataupun bentuk lahiriyah lainnya.

Sebagaimana tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang menganggap bahwa sebagai tenaga pemasar bank syariah haruslah menjaga nama

baik serta berperilaku *professional* dimana dalam menjalankan aktifitas pemasarannya tidak sampai kepada menjelek-jelekan pesaingnya. Tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang dalam memasarkan produknya perlunya membanding-bandingkan dengan pesaingnya, hal ini hanya dilakukan pada internal saja yang tujuannya untuk menjadi koreksi perusahaan agar menjadi lebih baik.

Cara yang dilakukan oleh tenaga pemasar BPRSyariah hanya terbatas membandingkan saja tanpa adanya menjelek-jelekan serta apabila seorang tenaga pemasar terjuan ke nasabah dalam proses pemasarannya tidak pernah mengaitkan dengan pesaingnya dan hanya focus kepada keunggulan dari BRSyariah tersebut.

Sebagaimana dalam Asnawi dan fanani (2017:220), penyebab munculnya sifat *ghibah* diantaranya:

- a. Hasad (dengki). Rasulullah Saw. Bersabda: *“Hati-hati kalian terhadap perbuatan hasad! Karena hasad itu memakan (merusak) kebaikan sebagaimana api memakan kayu bakar”* (HR Abu Dawud dan Ibnu Majah)
- b. Balas dendam. Sifat dendam menyebabkan seorang pendendam menggunjing saudaranya dalam berbagai kesempatan.
- c. Menjilat dan mencari muka. Seorang yang suka menjilat mencari muka teman-temannya akan selal menyelaraskan perkataanya dengan teman-temannya. Meskipun terkadang teman-temannya terlibat dalam pergunjangan, maka biasanya penjilat dan si pencari muka membiarkannya. Alasannya takut teman temannya lari meninggalkannya.

- d. Sombong dan meremehkan orang lain. Mengenai sombong ini Rasulullah Saw. Bersabda: “*Sombong adalah menolak kebenaran dan meremehkan orang lain*” (HR Muslim). Lalu Rasulullah Saw. Bersabda “*oaring-orang yang sombong ini akan dikumpulkan pada hari kiamat seperti semut kecil yang terinjak-injak telapak kaki orang-orang*” (HR Tirmidzi dan Nasa)
- e. Memperolok-olok orang lain, sebagian orang menggunjingkan saudaranya dengan jalan memperolok-olok. Perbuatan ini haram. Allah SWT. Berfirman:

“*Janganlah suatu kaum memperolok-olok kaum yang lain, boleh jadi mereka (yang diperolok-olok) itu lebih dari mereka*” (QS Al-Hujarat ayat 11)

Dengan demikian apa yang di lakukan oleh tenaga pemasar BPR syariah Mitra Harmoni Malang dalam memasarkan produknya bukan atas dasar ghibah melainkan lebih menunjukkan keunggulan yang ada di perusahaanya sehingga membuat nasabah tertarik untuk menggunakan jasanya.

Ghibah adalah perbuatan sia-sia, dan membuang-buang waktu. Akan tetapi lebih baik baginya jika menumpahkan seluruh waktunya untuk bekerja secara *professional*, menempatkan semua prospeknya sebagai sahabat yang baik, dan karenanya ia harus memperlihatkan terlebih dahulu bagaimana sahabat yang baik, berbudi pekerti, dan memiliki akhlak yang mulia (*akhlakul karimah*).

9. Tidak Melakukan Sogok (*Risywah*)

BPR Syariah Mitra Harmoni Malang sangatlah menjauhi dari sikap riswah karena perbuatan tersebut sangatlah dilarang dan termasuk *flood*. BPR Syariah Mitra Harmoni Malang telah menerapkan tindakan menghindari perbuatan suap menyuap

sebagaimana yang telah di atur dalam peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/19/PBI/2007 ayat 1 mengataka bahwa dalam melaksanakan kegiatan penghimpun daana, penyaluran dana dan pelayanan jasa, Bank wajib memenuhi prinsip syariah. Pemenuhan prinsip syariah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dengan memenuhi ketentuan pokok hukum Islam antara lain prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*). Kemaslahatan (*maslahah*), dan universalisme (*alamiyah*) serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *dzalim*, *riswah*, dan objek haram. Namun, dalam praktiknya tidak semua tenaga pemasar menerapkan tindakan menghindari suap menyuap tersebut.

Dari hasil wawancara dan observasi disimpulkan bahwasanya BPR syariah mitra Harmoni Malang sangat menegaskan kepada tenaga pemasar untuk tidak diperbolehkan menerima sesuatu hal dalam bentuk apapun dengan maksud tertentu. Namun dalam pelaksanaannya tidak semua tenaga pemasar menganggap hal tersebut sesuatu yang benar benar harus dipatuhi bahkan sesuatu hal yang tampaknya kecil dan dianggap remeh pun merasa tidak termasuk dalam riswah. Hal ini dibenarkan oleh Ibu pipit selaku Founding Officer. Dengan pernyataan tersebut mengoreksi perkataan dari Direktur 2 yang mengatakan bahwa semua hal yang berkaitan dengan pemberian lebih dalam bentuk apapun termasuk dalam risyah.

Namun, hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian terdahulu (Toriquudin, 2015) yang mengatakan bahwa terdapat tiga etika pemasaran dal Al-Qur'an diantaranya pemasaran beretika (lembut/ramah dan sopan santun), pemasaran *professional* (adil dalam promosi, adil terhadap orang lain), pemasaran transparan (tidak menggunakan cara bathil, realistis dan bertanggung jawab).

Menurut Kartajaya dan sula (2006,67) Dalam syariah, menyuap (*risywah*) hukumnya haram, dan menyuap termasuk dalam kategori makan harta orang lain dengan cara batil. Memerikan sejumlah uang dengan maksud agar kita dapat memenangkan tender suatu bisnis, atau memberikan sejumlah uang kepada hakim atau penguasa agar kita dapat memperoleh hukuman yang lebih ringan atau termasuk dalam kategori suap (*risywah*). Islam mengharamkan orang muslim menyuap penguasa dan pembantu-pembantunya. Rasulullah Saw. Bersabda, “Allah melaknat penyuap dan penerima-suap dalam hukum” (H.R. Ahmad, Al-Tirmidzi, dan Ibn Hibban).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, analisis data dan pengecekan keabsahan data yang diperoleh dari lapangan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa BPR Syariah Mitra Harmoni Malang sudah menerapkan 9 etika pemasaran Islam yang terdiri dari Memiliki kepribadian Spiritual (*Taqwa*), Berkepribadian baik dan simpatik (*shiddiq*), Berlaku adil dalam berbisnis (*al'adl*), Melayani nasabah dengan rendah hati (*khidmah*), Selalu menepati janji dan tidak curang (*tahfif*), Jujur dan terpercaya (*al amanah*), Tidak suka menjelek-jelekan (*ghibah*), Tidak suka berburuk sangka (*su'udzon*), Tidak melakukan suap (*risywah*). Namun dalam pelaksanaannya terdapat ketidaksesuaian antara praktik dengan ketentuan yang sudah ditetapkan seperti Tidak suka berburuk sangka (*su'udzon*), Tidak melakukan suap (*risywah*).

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang dipaparkan pada bagian sebelumnya, berikut disampaikan beberapa saran, baik terkait lembaga maupun kajian lanjutan dari penelitian ini:

1. Pihak Perusahaan

BPR Syariah Mitra Harmoni Malang untuk lebih memberikan penanganan seperti memberi pelatihan kepada karyawan-karyawan agar 2 etika yang belum sesuai tersebut dapat diperbaiki.

2. Pihak Akademis

Bagi para akademisi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk pengembangan literature etika pemasaran islam dan dapat dilanjutkan penelitian selanjutnya dengan metode kuantitatif dan dengan penemuan yang lebih baik lagi. Dengan harapan dapat mendorong adanya penelitian lanjut dengan perbaikan keterbatasan penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahamedullah. (2015). *Islamic marketing ethics and its application in islamic banking industry. Second International Symposium, FIA, SUESL.*
- Asnawi, N. d. 2017. *Pemasaran Syariah (Teori, filosofi & Isu-isu Kontemporer).* Depok: Rajawali Pers.
- Azam, m. S. (2014). *Its impact on customer satisfaction in islamic banking industri of pakistan . Jurnal Volume 04 number 01.*
- Churcill, G. 2001. *Dasar-dasar Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Debabi, H. Z. (2015). Islamic Marketing Ethics: A Literature Review. *Internasional Journal of Management Reaserch & Review.*
- Haque, S. a. (2013). Marketing Ethics in Islam: A Model Based Theoretical Study. *Human Resource Management Research, Vol. 3 No. 3.*
- Hasan, A. 2010. *Marketing Bank Syariah.* Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hassan, A. C. (2008). Islamic Marketing Ethics and Its Impact on Customer Satisfication in the Islamic Banking Industry. *JKAU: Islamic Econ., Vol. 21 No. 1, 1-20.*
- Indonesia, I. B. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah.* Jakarta: PT Gramedia.
- Kartajaya, H. d. 2006. *Syariah Marketing.* Jakarta: Mizan Media Utama.
- Kasmir. 2004. *Pemasaran Bank.* Jakarta: Kencana.
- Keraf, S. A. 1998. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya.* Yogyakarta: Kanisius.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: UI Press.
- Lubaba, A. (2015). *studi atika pemasaran pedagang pasar sore kaliwungu kendal dalam perspektif ekonomi islam.* seamarang: Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo .
- Masulah, S. (2016). Strategi pengembangan perkembangan Syariah di Indonesia. *jurnal Mahasiswa unesa.*
- Riaz, M. (2016). Islamic Marketing Ethics and The marketing practices of Islamic banks. *ISRA International Journal of Islamic Finance • Vol. 8 • Issue 2.*
- Rivai, V. 2012. *Islamic Marketing.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Rustanto, B. 2015. *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. . Bandung: Alfabeta.

Syukron, A. (2013). Dinamika Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, Vol. 3, No. 2.

Toriquddin, M. (2015). Etika pemasaran perspektif Al-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah. *jurnal Etika Pemasaran Al-Qur'an dan Relevansinya*.

<http://bprsh-malang.co.id/about-us> (diakses pada tanggal 2 Oktober 2017)

Gubernur Bank Indonesia: Peraturan Bank Indonesia Nomor: 9/19/Pbi/2007, http://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Documents/7918efee3dbd4fbfaf879e87d6e6b2bapbi_091907.pdf (diakses pada tanggal 26 Februari 2018)



BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Della Yuana Wahida
Tempat, tanggal lahir : Banyuwangi, 24 April 1996
Alamat Asal : Ds. Curah pecak, Kec, Purwoharjo Kab.
Banyuwangi
Alamat Kos : Jalan Mertojoyo Barat Dalam No 23 Malang
Telepon : 082232747292
E-mail : dellayuana11@gmail.com
Sosial Media : @dellayuana

Pendidikan Formal

2001-2002 : TK Pertiwi 3 Silirkrombang
2002-2008 : SDN 4 Sambimulyo
2008-2011 : SMP Unggulan Bustanul Makmur Genteng
2011-2014 : SMA Darul Ulum 1 Unggulan BPP-T Peterongan
,Jombang
2014-2018 : Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Pendidikan Non Formal

2016 : Tergabung dengan Athena Model Agency
: Tergabung dalam Duta Hijab Radar Malang
2017 : Tergabung dalam MPMF Malang
: Tergabung dalam Maliki Sisterhood

Pengalaman Organisasi

- 2015 : Juara 2 lomba Desaintalent ma'had UIN Maliki Malang
- 2016 : Duta IB Performance
- 20 best Finalis Duta Hijab Radar Malang
- Juara 2 lomba Menyanyi ghina arabi tingkat kampus
- Menjadi brand model hijab
- Juri Fashion show kopma fair
- Juri pemilihan Putri IPS UIN Maliki Malang
- Juri Hijab stylist di Universitas Negeri Malang
- 2017 : Juara Harapan 2 lomba foto model by shine model management
- 20 best Finalis Muslimah Syar'i
- 2018 : Owner Yuana Makeup Artist

Lampiran

HASIL WAWANCARA

Informan I

Nama informan : Wima Ardhi Swandono, SEI (Direktur 2)

Tanggal wawancara : 05 Februari 2018

1. Apakah menjadi seorang pemasar di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang harus memiliki kepribadian spiritual ?

Sesuai namanya ya mbak, kami ini kan BPRS, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yaitu lembaga keuangan yang berdasarkan prinsip syariah, ya tentunya harus. Misalnya seseorang pemasar itu harus mempunyai moral yang baik, akhlak yang baik, dengan itu kami memberikan sentuhan kegiatan islami untuk para karyawan untuk memperdalam tingkat spiritual mereka, yang dimana kami setiap seminggu sekali yaitu pada hari kamis kami mengadakan tadarusan bersama yang ditutup dengan kajian-kajian yang di situ juga dapat membangun spiritual yang kuat dan moral yang lebih berdasarkan prinsip syariah.

2. Ketentuan apasajakah yang harus dimiliki oleh seorang tenaga pemasar?

Yang pertama, mereka harus pandai bergaul, di BPRS ini kan sistemnya muamalah mbak, jadi gak melulu hanya orang muslim, bisa dari semua kalangan nah disitu mereka harus pandai bergaul, harus memahami produk yang di tawarkan, ramah, sopan, santun, harus bisa menepati janji kalau memang sedang membuat janji dengan nasabahnya, gak boleh curang dan memberikan pelayanan yang baik dan maksimal agar nasabah mau menggunakan produk di BPRS ini.

3. Apakah seorang pemasar harus adil memandang nasabah satu dengan lainnya?

Harus adil, tetapi sesuai dengan proporsinya, semisal nasabah satu orangnya jujur satunya lagi tidak jujur, nah seorang marketer itu harus tetap adil ya cuman itu tadi sikap adil antara nasabah yang jujur dan tidak jujur ada bedanya, begitu.

4. Bagaimana sikap pelayanan yang baik yang harus dimiliki seorang pemasar?

Kalau di BPRS sendiri, kita menerapkan *service excellent* mbk, tetapi itu untuk dikantor, kalau untuk marketing sih tidak ada secara tertulis hanya hampir-hampir miriplah dengan yang dikantor, ya seperti harus bersikap baik, harus ramah menghadapi nasabah, sopan, ketika mempunyai janji harus ditepati, harus loyal, karena itu semua termasuk faktor utama lo mbak dimana nasabah itu akan semakin tertarik dan mau menggunakan produk dari BPRS ini.

5. Seorang marketing harus menguasai produk yang dipasarkannya, apakah dalam memasarkannya mereka juga harus menjelaskan baik dan buruknya produk tersebut kepada nasabah?

Harus mbak, karena kejujuran itu penting dalam bermuamalah dan harus bersifat transparan, jadi baik dan buruknya produk yang ada dalam bank kami ya harus kami paparkan kepada nasabah kami, agar mereka merasa bahwa kami tidak hanya sekedar hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan, tetapi persaudaraan, mitra, begitu mbak.

6. Bagaimana pendapat bapak apabila seorang tenaga pemasar berburuk sangka kepada nasabahnya?

Menurut saya bukan berburuk sangka ya mbak, tapi ketika seorang tenaga pemasar itu melakukan survey pembiayaan lalu melihat ada kejanggalan, maka perlunya mereka itu menilai apakah mereka layak atau tidak, lalu di kroscek dengan kebenaran yang ada, jadi bukan berburuk sangka.

7. Apakah seorang tenaga pemasar dalam proses pemasarannya juga membanding-bandingkan dengan menjelekan dengan pesaing yang lainnya?

Membandingkan itu perlu mbak, tapi tidak untuk menjelekan, dan itupun untuk koreksi pada lembaga kami saja, tetapi ini bersifat internal, semisal pada rapat atau dengan karyawan BPRS sendiri, nah kalau sudah bertemu di nasabah kita menjelaskan keunggulan kita tanpa membandingkan dengan yang lain dan juga tidak menjelekan yang lain.

8. Bagaimana pendapat bapak mengenai riswah?

Riswah itu kan suap/gratifikasi ya mbak, dengan tujuan agar memberikan hasil yang diinginkan oleh si pemberi tersebut, di dalam undang-undang

perbankan itu namanya Floud (pelanggaran berat), tidak boleh mbak
kalaupun ketahuan tidak ada toleransi mbak, bisa saja dikeluarkan.

9. Lalu ketika seorang tenaga pemasar mempunyai nasabah yang bahkan

teman karib pun, apakah masih tidak diperbolehkan bapak?

Tetap tidak diperbolehkan mbak, apapun itu yang namanya di beri suatu hal
dari nasabah , entah jajan, atau apapun itu kalau dalam peraturan tidak
boleh, kalau ketahuan ya pasti aka out mbak.



*Lampiran***HASIL WAWANCARA****Informan II**

Nama Informan : Bapak Widayat Hari Santoso, SE (Kabid Pemasaran & PBY)

Tanggal Wawancara : 18 Januari 2018

1. Apakah menjadi seorang pemasar di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang harus memiliki kepribadian spiritual ?

Sebenarnya untuk menjadi tenaga pemasar disini itu tidak ada batasannya, hanya saja seorang muslim pasti tentunya harus mempunyai kepribadian spiritual, apalagi disini adalah Bank syariah yang dimana setiap individu orangnya harus mempunyai keterbedaan dengan bank konvensional yaitu berlandaskan syariah, tetapi setiap orang mempunyai tingkat spiritual yang berbeda-beda, nah dimana karyawan pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini mau bersama-sama terus meningkatkan spiritualnya. Seperti halnya pada hari kamis, kami mengadakan kajian rutin membahas tentang ayat-ayat alqur'an untuk para karyawan dan juga memakai pakain muslimah agar terus meningkat ilmu spiritual pada karyawan BPR Syariah Mitra Harmoni Malang.

2. Ketentuan apasajakah yang harus dimiliki seorang pemasar ?

Seorang marketer harus menguasai produk tentunya, harus tanggung jawab, harus kreatif dalam memasarkan produknya, selain itu mereka harus bisa membuat nasabah nyaman akan dirinya, selalu menepati janji, ramah, mempunyai kepribadian yang baik agar nasabah loyal dan harus bisa menjalin silaturahmi dengan baik, jadi tidak hanya membahas tentang produk bank saja, tetapi mereka harus mendengarkan dan bahkan menanggapi apabila nasabah mengajak seorang marketer untuk membicarakan hal lainnya.

3. Bagaimana seorang pemasar memandang nasabah satu dengan lainnya?

Tenaga pemasar disini selalu mencoba diterapkan pada diri sendiri untuk tidak membeda-bedakan nasabah satu dengan lainnya, entah nasabah itu kaya, dari kelas menengah atau kelas bawah harus bisa adil, jadi kami disini harus memperlakukan sama dengan yang lainnya.

4. Bagaimana sikap pelayanan yang baik yang harus dimiliki seorang pemasar?

Sikap pelayanan yang baik yang diterapkan pada tenaga pemasar kami itu dengan mereka selalu melayani nasabah/calon nasabah dengan berisikap ramah, sopan dan santun, karena pelayanan yang baik seperti kriteria yang sudah saya paparkan, menjadikan nasabah banyak tertarik dan memaiki produk-produk yang di pasarkan oleh bank kami.

5. Bagaimana apabila salah satu ketentuan yang sudah diterapkan, misalnya selalu menepati janji tetapi pada pelaksanaannya tidak sesuai dengan kenyataan yang ada?

Kami menerapkan sebisa mungkin pada tenaga pemasar kami untuk menepati janji yang telah dibuatnya, walaupun mereka memang benar – benar tidak bisa hadir / menepati janjinya, mereka harus membicarakannya terlebih dahulu kepada nasabahnya. karena jika tidak menepati otomatis nasabah akan membuat nasabah menjadi tidak loyal.

6. Seorang marketing harus menguasai produk yang dipasarkannya, apakah dalam memasarkannya mereka juga harus menjelaskan baik dan buruknya produk tersebut kepada nasabah?

Iya mbak, harus, karena kejujuran itu yang paling utama, karena nilai kejujuran akan mencerminkan sifat pribadi seseorang tersebut. Jadi ketika seorang pemasar berusaha jujur dengan menjelaskan baik buruk produk yang dipasrkan nasabah pun akan semakin ingin terus menggunakan produk dari bank kami dan mempercayainya untuk kedepannya.

7. Bagaimana pendapat bapak apabila seorang tenaga pemasar berburuk sangka kepada nasabahnya?

Berburuk sangka pastinya tidak boleh di praktekan dalam kehidupan sehari-hari, apalagi dalam proses pemasaran, karena akan membuat keretakan hubungan antara nasabh dan tenaga pemasar tersebut. Jadi alangkah baiknya seorang tenaga pemasar itu harus menjauhkan dan menghilangkan jauh fikiran buruk pada nasabah tersebut.

8. Apakah seorang tenaga pemasar dalam proses pemasarannya juga membanding-bandingkan bahkan menjelek-jelekan pesaing yang lainnya?

Ya kalau membandingkan itu perlu mbak tapi tanpa menjelek –jelekan loh mbak dengan tujuan ketika kami membandingkannya dengan yang lain, itu bisa membuat BPRS menjadi lebih baik, kurangnya apa, harus bagaimana dan menjadi tolak ukur agar terus menjadi lebih baik.

9. Bagaimana apabila dalam proses transaksi terdapat nasabah yang memberikan sesuatu yang berlebih guna untuk mendapatkan hasil yang diinginkan nasabah?

Semua karyawan yang ada di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini tidak merapkan seperti itu, kami juga tidak ada fee, kami melarang keras untuk gratifikasi karena itu adalah frouth , tidak ada toleransi masalah floud . Apabila ada yang melanggar tidak ada toleransi dan akan di kenakan SP3 kalau di ulang lagi baru langsung di cut.

Lampiran

HASIL WAWANCARA

Informan III

Nama informan : Bapak Totok Hari F., SH (Marketing Pembiayaan)

Tanggal wawancara : 18 Januari 2018

1. Bagaimana pemasaran yang diterapkan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang?

Pemasaran yang diterapkan itu adalah dimana proses pemasaran dengan menggunakan system jemput bola, jadi saya datang ke nasabah, istilahnya dor to dor dan juga sebar brosur mbak, setelah itu ketika mulai ada yang mengajukan pembiayaan saya juga melakukan survey langsung, melihat-lihat calon nasabah ini memenuhi syarat yang sudah ada di BPRS atau tidak, begitu mbk.

2. Kreteria apa yang harus dimiliki oleh tenaga pemasar?

Jadi seorang pemasar itu kuncinya harus paham betul dengan produk yang di pasarkan, harus ramaah, jujur, mempunyai kepribadian yang baik, bersilaturahmi dengan baik, lalu ketika bersilaturahmi kita harus loyal, menanggapi nasabah ketika mereka ingin membahas yang lainnya yang bahkan menyimpang dari produk yang kita pasarkan, karena dengan semua itu mereka akan menggunakan produk kita bahkan mereka bisa loyal kepada kita.

3. Apakah menjadi tenaga pemasar di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini harus memiliki kepribadian spiritual?

Setiap orang muslim pastinya memiliki kepribadian spiritual, tetapi ya gitu mbak berbeda beda tingkatannya, kalau saya sebisa mungkin ketika adzan dan saya masih berada di luar langsung mencari masjid terdekat, tetapi kadang pula juga tidak tepat waktu, tetapi saya insyaallah tidak pernah melewatkan shalat walaupun tidak tepat pada waktunya, dan juga di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini setiap kamis ada kajian islami untuk memperdalam kepribadian spiritual para karyawan.

4. Bagaimana bapak memandang nasabah satu dengan yang lain?

Saya tidak pernah membeda-bedakan antara nasabah satu dengan lainnya, walaupun nasabah satunya melakukan pembiayaan lebih besar dengan satunya saya akan tetap memperlakukan dengan sama, begitu mbak.

5. Bagaimana cara melayani nasabah dengan baik?

Dengan cara kita memperlakukan mereka dengan baik, kita harus ramah, sopan, harus rendah hati, intinya memberikan pelayanan yang baik yang dimana menjadikan mereka ingin terus menggunakan produk kita, bahkan yang awalnya hanya calon nasabah dan pada akhirnya menjadi nasabah resmi kita.

6. Bagaimana apabila bapak memiliki janji kepada nasabah tetapi berbenturan dengan hal penting yang lainnya?

Jadi begini mbak, sebisa mungkin saya selalu menepati janji saya kepada nasabah, jadi di BPR Syariah ini setiap pemasar mempunyai jadwal buku kunjungan, jadi agar tidak lupa dengan janji tersebut kami selalu mencatatnya pada buku tersebut. Akan tetapi ketika memang kebetulan memang tidak bisa memenuhi janji pada hari itu saya akan menghubungi nasabah tersebut untuk meminta maaf dan mencoba negoisasi berganti hari, tetapi ketika mereka tetap tidak bisa saya akan dahulukan yang lebih penting dan prioritaskan.

7. Dalam kriteria yang sudah bapak sampaikan tadi, bahwa seorang pemasar harus jujur, contohnya bagaimana bapak? Maksudnya saya dalam hal apa?

Semisal seperti ini mbak, ketika ada plus minus dari produk pembiayaan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang saya ya bicarakan dengan apa adanya, kan inilah yang membuat berbeda, bahwa bank syariah itu harus bersifat transparan, begitu mbak.

8. Mohon maaf bapak ketika bapak sedang menghadapi nasabah, pernahkah mempunyai pikiran buruk tentang nasabah tersebut?

Ya namanya orang terkadang ya ada saja mbak pikiran seperti itu, tetapi ya sebenarnya lebih ditekankan bahwa kita harus waspada dan berhati-hati bukan berburuk sangka, begitu mbak.

9. Ketika seorang pemasar itu memasarkan produknya, apakah dalam proses pemasaran pernah membanding-bandingkan bahkan menjelek-jelekkan pesaing?

Kalau membandingkan ya perlu mbak tentunya tanpa menjelek-jelekan, tetapi kalau di BPRS perbandingan itu sifatnya internal, jadi semisal dirapat, bagaimana perkembangan bank lain tersebut apa saja yang harus kita tingkatkan agar tidak tersaingi dengan yang lain, jadi lebih pada untuk introspeksi diri mbak, nah kalau saya ke nasabah tidak pernah mbak saya itu membicarakan pesaing lainnya, saya cukup tunjukkan keunggulan dari BPRS ini apa, menunjukkan sikap yang baik, silaturahmi yang baik, pastinya kebanyakan dari merekapun tau apa bedanya bank kami dengan yang lain.

10. Bagaimana pendapat bapak tentang riswah?

Pada dasarnya yang namanya riswah itu kan melakukan suap ya mbak, dalam agama kan juga tidak boleh, Begitupula disini, Dari pimpinan dan dari BPR Syariah Mitra Harmoni sudah benar benar tidak diperbolehkan mbak kalau masalah seperti itu, tetapi terkadang ada saja memang yang terkadang ketika berkunjung kerumahnya/survey pulang pulang diberi jajanan bahkan terkadang untuk uang bensin juga, sebisa mungkin ya saya harus menolaknya dengan halus, terkadang juga lewat telpon disuruh kesana begitu mbak, ya saya alasan, menolak bagaimanapun caranya dengan tetap halus, begitu mbak.

Lampiran**HASIL WAWANCARA****Informan IV**

Nama informan : Ibu Ni Made Pipit D, SS (Marketing Pendanaan)

Tanggal wawancara : 25 Januari 2018

1. Bagaimana pemasaran yang diterapkan di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang?

Pemasaran yang diterapkan pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini kalau prosesnya ya dengan jemput bola itu, jadi seperti tadi saya langsung datang ke lembaga – lembaga , ke nasabah untuk mengambil tabungan, begitu mbak.

2. Kreteria apa yang harus dimiliki oleh tenaga pemasar?

Yang pertama pastinya harus menguasai produk , harus bisa menarik pelanggan agar mau menabung di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang, harus ramah, sopan, baik, karena ketika kita itu sopan baik ramah itu mereka pasti akan merasa nyaman dan ingin menabung di bank kita, begitu.

3. Apakah menjadi tenaga pemasar di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini harus memiliki kepribadian spiritual?

Sebenarnya ya harus mbak, apalagi namanya bank syariah, tapi ya begitu , pasti antara karyawan satu dengan yang lainnya berbeda-beda, nah kalau saya ya yang penting tidak melanggar aturan dalam islam dan menjalankan anjurannya.

4. Bagaimana mbk memandang nasabah satu dengan yang lain?

Kalau saya memandang mereka semua ya sama mbak, misalnya ada nasabah baru, saya yang memperlakukan mereka sama seperti yang sudah lama, ya biar mereka semakin nyaman dan suka kalau menabung di BPRS , begitu mbak.

5. Bagaimana cara melayani nasabah dengan baik?

Yang pastinya harus sopan, ramah, rendah hati, ya intinya memberikan kenyamanan lah mbak, sama sering-sering silaturahmi kalau terkadang

memang lewat di daerah si nasabah dan nasabah lagi nganggur dan saya juga nganggur.

6. Bagaimana apabila mbk memiliki janji kepada nasabah tetapi berbenturan dengan hal penting yang lainnya?

Ya saya sebisa mungkin saya tepati mbak, semisal kalau benar-benar tidak bisa ya saya akan mengubah waktunya, dan kan juga disini sudah ada buku kunjungan, jadi lebih terjadwal, insyaallah kalau ada janjipun tidak akan lupa karena sudah dicatat, walaupun lupa ya yang seperti saya bilang tadi dan kebanyakan mereka juga bisa menerima.

7. Menurut mbak, kejujuran apakah diperlukan dalam proses pemasaran?

Iya perlu, karena ketika kita sekali tidak jujur yang akan ditakutkan itu efek dari ketidak jujuran itu mbak, bisa – bisa kita kehilangan nasabah, orang juga sulit untuk percaya pada saya bahkan pada BPRS, nah itu saya lupa menyebutkan bahwa jujur itu perlu dan juga termasuk kriteria untuk menjadi seorang marketing.

8. Ketika seorang pemasar itu memasarkan produknya, apakah dalam proses pemasaran pernah menjelek-jelekan pesaing?

Selama saya menjadi marketing disini saya tidak pernah mbak menjelek-jelekan yang lain di depan nasabah, mungkin lebih memberikan pengertian kalau nabung di BPRS itu lebih mudah, dengan menawarkan berbagai fasilitas dan lebih menjelaskan tentang kelebihan dari bank syariah sendiri, karena rata-rata kan saya di lembaga mbak, dan mereka banyak yang tau bagaimana bank konvensional dan bank syariah, begitu mbk.

9. Mohon maaf mbak ketika sedang menghadapi nasabah, pernahkah mempunyai pikiran buruk tentang nasabah tersebut?

Tidak mbak Alhamdulillah, kan saya ini di bagian pendanaan, saya kesana ya hanya mengambil tabungan saja, jadi kalau pikiran seperti itu saya merasa gak pernah punya pemikiran buruk gitu mbk.

10. Bagaimana pendapat mbk tentang riswah?

Riswah itu kan seperti kita tidak boleh menerima fee/imbalan ya mbak, kalau di BPRS memang dilarang keras mbak, dari pimpinan sudah mengatakan bahwa kalau ketahuan ya pastinya kena SP3, cuman terkadang kalau saya bukan fee / imbalan ya mbak, kan saya di bagian pendanaan dan rata-rata

saudara saya juga yang menabung, kalau di beri berupa jajan atau apapun itu ya saya menghargai itu, karena sudah kenal, begitu mbak.



Lampiran

HASIL WAWANCARA

Informan V

Nama informan : Ibu Putri Handayani (Nasabah Tabungan iB Harmoni)

Tanggal wawancara : 25 Januari 2018

1. Apa yang membuat ibu tertarik untuk menabung pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini?

Yang pastinya bisa datang ke tempat saya mbak, karena kan saya sibuk kalau mau kesana itu jauh, nah di BPRS ini mbak mbaknya bisa datang kesini langsung ambil uangnya, dan benar-benar merasa nabung, kan gak ada ATM nya, jadi gak diambilin terus, selain itu mbaknya juga ramah, baik, sopan, tidak sombong, membuat saya itu nyaman mbak, malah sudah seperti saudara mbak, soalnya kalau cerita lain diluar kepentingan ya tetap menanggapi, enak mbak intinya, sabar juga.

2. Apakah tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang memberikan pelayanan yang baik?

Sip mbak pelayanannya, selain mbak pipit ini kan sudah kenal saya sebelume, begitupun sebaliknya, jadi saya ya ngerasa yang diberikan mbk pipit sama saya itu selalu pas gitu mbak, maksudnya ya saya tidak pernah bermasalah dengan pelayanan tersebut.

3. Apakah tenaga pemasar pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang mempunyai kepribadian spiritual?

Begini mbak, kalau untuk kepribadian spiritual insyaallah bagus mbak, maksudnya ya sesuai dengan ajaran dan tuntunan islam, kan saya juga mengenal mbak pipit ini, karena mbak pipit juga bekerja sambilan di lembaga saya ini mbak jadi saya sedikit taulah mengenai spiritual mbak ini dari kesehariannya, insyallah bagus mbak.

4. Apakah ibu pernah diperlakukan tidak adil oleh para tenaga pemasar di BPRS?

Alhamdulillah tidak pernah mbak, semisal ketika saya ingin mbak pipit ke tempat saya dan sudah janji da nada nasabah lain juga mau ditemui mendadak, beliau selalu menepati janjinya dahulu mbak bahwa ke tempat saya dahulu baru ke yang lain, jadi selalu adil sesuai kesepakatan.

5. Selama ibu menjadi nasabah di BPRS ini apakah ibu merasa pernah mengalami tindak kecurangan yang di lakukan oleh tenaga pemasar tersebut?

Gak mbak, soalnya buku tabungan kan juga saya bawa, saya selalu cocok sama tanggal-tanggal kapan saya setor kapan saya ambil dan selama ini Alhamdulillah selalu cocok mbak, gak ada selisih atau apa gitu.

6. Dengan demikian, apakah tenaga pemasar pada BPR S ini selalu bersikap jujur?

Insyallah jujur mbak, ya begitu yang saya bilang tadi, mbak pipit kan juga lumayan sering bertemu saya, jadi ya saya setidaknya tau bagaimana sikap mbak pipit ini.

7. Apakah para tenaga pemasar BPRS Mitra Harmoni Malang selalu menepati janjinya?

Iya mbak, sampai saat ini selalu menepati janjinya mbak, karena saya kan tau mbak pipit ini orangnya bagaimana karena juga kerja di lembaga sini kalau malam, pasti sebisa mungkin dia mengusahakan untuk menepati janjinya kalau memang beliaunya sudah berani membuat janji.

8. Apakah pernah dalam proses memasarkan para tenaga pemasar di BPRS ini menjelek-jelekan pesaingnya?

Saya rasa gak pernah mbak, hanya menjelaskan realnya tabungan saja, dan mbak pipit tidak menyangkut pautkan bank lain.

9. Ketika terjadi keterlambatan dari jadwal yang sudah ditentukan untuk mengambil tabungan, apakah pernah tenaga pemasar di BPRS berprasangka buruk pada ibu?

Gak pernah mbak menurut saya, soalnya ketika terkadang saya lupa bahwa jadwal kamis itu waktunya pengambilan tabungan dan belum mempersiapkan uang tersebut ya beliau dapat mengerti dan paham apa kendala saya kok sampai lupa, lalu hari kapan lagi baru diambil kan juga lumayan sering bertemu jadi taulah bagaiman karakter diri saya itu bagaimana, begitu mbak



HASIL WAWANCARA

Informan VI

Nama informan : Ibu Vivi Nurhidayati (Nasabah Tabungan iB Harmoni)

Tanggal wawancara : 25 Januari 2018

1. Apa yang membuat ibu tertarik untuk menabung pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini?

Yang pasti karena bisa datang ke sekolah ya mbak, kan gak mungkin kalau saya harus ke blimbing jauh dan juga anak anak kalau mau nabung kan gak mesti, jadi ketika tiba tiba minta kesini tidak sesuai jadwalpun kalau mbak pipit bisa ya pasti kesini mbak, selain itu beliau juga ramah, baik, sopan, tanggung jawab, dan mbk pipit itu enakan kalau di ajak curhat hehe.

2. Apakah tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang memberikan pelayanan yang baik?

Baik mbak, saya merasa puas dengan apa yang diberikan sama mbak pipit ini, mulai dari sikapnya, ramah orangnya, produknya, orangnya juga supel, semuanya itu membuat saya itu nyaman dan seneng mbak bisa nabung dan kenal sama mbak pipit ini.

3. Apakah tenaga pemasar pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang mempunyai kepribadian spiritual?

Kalau masalah ini saya tidak bisa memastikan dengan jelas mbak, tetapi melihat bagaimana mbak pipit ini bertutur kata, cara melayani saya dengan baik, menjelaskannya juga sopan saya merasa pastinya juga mempunyai akhlak dan pemahaman agama yang baik layaknya memang karyawan bank syariah.

4. Apakah ibu pernah diperlakukan tidak adil oleh para tenaga pemasar di BPRS?

Tidak mbak, mbak pipit ini orangnya baik, karena sampai saat ini pun selalu baik baik saja, dan tidak ada keluhan apapun.

5. Selama ibu menjadi nasabah di BPRS ini apakah ibu merasa pernah mengalami tindak kecurangan yang di lakukan oleh tenaga pemasar tersebut?

Tidak mbak, karena saya selalu melihat proses penulisan uangnya ketika saya sedang melakukan setoran dan di buku tabungannya juga saya cek, Alhamdulillah sama terus.

6. Dengan demikian, apakah tenaga pemasar pada BPR S ini selalu bersikap jujur?

kalau gak jujur ya saya gak mau mbak nabung di sini, apalagi bank syariah, harus bisa membawa nama itu dong berdasarkan anjuran islam, harus jujur, dan ketika beliau memasarkan produknya ya dijelaskan semua secara terbuka mbak, gak ada yang ditutup-tutupi sesuai sama brosurnya.

7. Apakah para tenaga pemasar BPRS Mitra Harmoni Malang selalu menepati janjinya?

Selama ini mbk pipit belum pernah tidak menepati janjinya mbak, karena ketika memang dari pihak saya ataupun mbak pipit jika memang benar benar tidak bisa datang kesini pada hari ini ya saling berkomunikasi, dan untuk selanjutnya kesepakatan kami bersama baiknya bagaimana.

8. Apakah pernah dalam proses memasarkan para tenaga pemasar di BPRS ini menjelek-jelekan pesaingnya?

Kalau menjelek-jelekan gak pernah mbak, soalnya juga jarang membahas tentang bank lain, kan biasanya mbak pipit kesini langsung ambil tabungan saja, walaupun membahas hal lain ya saya yang sering cerita pada beliau.

9. Ketika terjadi keterlambatan dari jadwal yang sudah ditentukan untuk mengambil tabungan, apakah pernah tenaga pemasar di BPRS berprasangka buruk pada ibu?

Sejauh ini saya merasa beliau tidak pernah berprasangka buruk mbak, ketika saya ada kendala mendadak dan tidak jadi setoran beliau juga sabar dan malah memperi pengertian, begitu mbak



Lampiran

HASIL WAWANCARA

Informan VII

Nama informan : Ibu Eli sulianti (Nasabah Pembiayaan Modal Usaha)

Tanggal wawancara : 18 Januari 2018

1. Apakah ibu melihat tenaga pemasar di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini mempunyai jiwa spiritual yang tercermin dari dalam dirinya?

Saya menjadi nasabah di BPRS ini kan belum terlalu lama mbak, jadi saya tidak terlalu paham dengan kepribadian spiritual tersebut, cuman saya bisa melihat dari mas totok ini menyampaikan produk yang di pasarkan, cara bicarannya, itu menunjukkan bahwa insyallah orangnya mempunyai spiritual yang bisa dibilang baik, karena kan saya juga kenal dengan beliau itu dari teman saya, bahwa orangnya baik, melakukan pembiayaan di BPRS itu enak, mudah, ya sebenarnya faktor itu juga yang membuat saya mau menjadi nasabah di BPRS ini .

2. Selain faktor tersebut, apakah ada faktor lain yang membuat ibu tertarik melakukan pembiayaan pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang ini?

Banyak mbak, di BPRS ini kan enaknya saya tidak perlu ke kantor, mas totok ini bisa datang ke pasar kapan saja saya kontak dan ketika beliau tidak sibuk, dan juga angsurannya itu lo mbak ringan.

3. Terlepas dari semua itu, sikap baik apa yang ibu rasakan terhadap para tenaga pemasar di BPRS Mitra Harmoni Malang ini?

Banyak mbak, mas totok itu orangnya ramah, silaturahmiya kuat, kalau melayani saya itu sabar, baik, dan pastinya mau mendengarkan keluhan kesah kita baik itu mengenai pembiayaan atau diluar itu.

4. Apakah selama ibu menjadi nasabah di BPRS ini, pernahkah para tenaga memperlakukan ibu secara tidak adil selama proses pemasaran?

Enggak mbak, gak pernah, walaupun saya ini tergolong belum lama, belum ada setahun, tapi ya mas totok memperlakukan saya itu sama seperti dengan teman saya yang sudah lama menabung di BPRS yang sudah merekomendasikan saya di BPRS juga, gitu

5. Bagaimana pelayanan yang di berikan oleh tenaga pemasar BPRS Mitra Harmoni Malang?

Ya itu tadi mbak seperti yang saya jelaskan tadi, melayani saya dengan sabar, ramah, sopan ini, ibu merasakan bahwa tenaga

6. Apakah para tenaga pemasar BPRS Mitra Harmoni Malang selalu menepati janjinya?

Alhamdulillah mbak selalu sampai saat ini, mas totok juga tidak pernah meleset dari prosedur-prosedur yang di pasarkannya.

7. Apakah tenaga pemasar pada BPR Syariah Mitra harmoni Malang ini menerapkan sikap kejujuran dalam proses pemasarannya?

Begini mbak, setiap prosedur yang di jelaskan pada saya itu tidak pernah meleset dari apa yang beliau lakukan selama ini dan juga kan saya dapat rekomendasi untuk mengajukan pembiayaan di sini kan dari teman saya dan dia juga sudah lama menjadi nasabahnya, intinya itu teman saya saja yang sudah lama menjadi nasabahnya masih percaya dengan mas totok dan BPRS, otomatis kan beliau itu jujur mbak, baik orangnya.

8. Apakah selama proses pemasaran ini, ibu merasakan bahwa tenaga pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pernah berburuk sangka terhadap ibu?

Saya rasa enggak ya mbak, ya buktinya Alhamdulillah sampai sekarang ini hubungan saya sama mas totok berjalan lancar dan baik baik saja, seperti hari-hari biasanya.

9. Pada saat memasarkan produknya, apakah tenaga pemasar pemasar BPR Syariah Mitra Harmoni Malang pernah menjelek-jelekan pesaingnya?

Wah kalau menjelek-jelekan gak pernah mas, pas dulu menawarkan produknya ya mas totok ini menjelaskan saja prosedurnya bagaimana kalau ingin menjadi nasabah di BPRS, selain itu kan kalo untuk bank lain misalnya bank konven kan ya saya sudah tau juga bagaimana modelnya dan

mungkin beliau juga mengetahui dari teman saya kalau saya tau lah setidaknya tentang bank lain, seperti itu tadi bank konven misalnya.

10. Apakah dalam pembiayaan, ibu pernah memberikan sesuatu dengan tujuan untuk melancarkan pembiayaan tersebut?

Gak pernah mbak, saya ya apa adanya begini, dan ketika pembiayaan disetujui pun tidak ada campur tangan hal-hal seperti itu mbak, murni sesuai dengan apa yang terjadi, dan Alhamdulillah disetujui, lagian ya saya gak berani mbak gitu itu.



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Widayat Hari Santoso,SE
Jabatan : Kabid. Pemasaran & PBY
Instansi : PT BPR Syariah Mitra Harmoni Malang
Alamat : Jl. Ahmad Yani No. 20 G Kota Malang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut:

Nama : Della Yuana Wahida
NIM : 14540064
Jurusan : S1 Perbankan Syariah UIN Maliki Malang

Telah melakukan penelitian skripsi di BPR Syariah Mitra Harmoni Malang yang berjudul
“Implementasi Etika Pemasaran Islam Studi pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang”.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

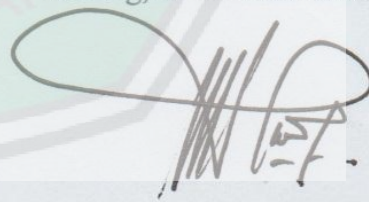
Mengetahui

Malang, 05 Februari 2018



Mohammad Makhmud, SE

Pimpinan BPRS Mitra Harmoni Malang



Widayat Hari Santoso,SE

Kabid. Pemasaran & PBY



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
Terakreditasi "B" SK BAN-PT No : 004/SK/BAN-PT/Akred/S1/2015
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

BUKTI KONSULTASI

Nama : Della Yuana Wahida
NIM/Jurusan : 14540064/Perbankan Syariah (S1)
Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
Judul Skripsi : Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPR Syariah Mitra Harmoni Malang

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	04 September 2017	Pengajuan Outline	
2	28 September 2017	Proposal Bab I, II dan III	
3	10 Oktober 2017	Konsultasi Bab I, II dan III	
4	06 November 2017	Revisi dan Acc Proposal	
5	17 November 2017	Seminar Proposal	
6	08 Februari 2018	Konsultasi Bab IV dan V	
7	08 Maret 2018	Seminar Hasil	
8	15 Maret 2018	Revisi Bab IV dan V	
9	27 Maret 2018	Revisi dan Acc Skripsi	
10	09 April 2018	Ujian Skripsi	
11	23 April 2018	Revisi dan Acc Skripsi	

Malang, 24 April 2018

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah (S1),



Eko Suprayatno, SE., M.Si., Ph.D
NIR 19751209 199903 1 003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (S1)
Terakreditasi "B" SK BAN-PT No : 004/SK/BAN-PT/Akred/S1/2015
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP : 19770826 200801 2 011
Jabatan : Pembimbing Skripsi

Menerangkan bahwa Mahasiswa berikut :

Nama : Della Yuana Wahida
NIM : 14540064
Handphone : 082232747292
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : Implementasi Etika Pemasaran Islam pada BPR Syariah
Mitra Harmoni Malang

Menerangkan bahwa penulisan skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME**,
dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
16 %	16 %	0 %	9 %

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 April 2018
Pembimbing,

Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP 19770826 200801 2 011

Skripsi Della

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	5%
2	bprsmh-malang.co.id Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	2%
4	ejournal.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
5	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	1%
6	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
7	kmplnmakalah.blogspot.com Internet Source	1%
8	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
9	bprsmh-bandung.co.id Internet Source	1%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 1%

Exclude bibliography

On



Lampiran

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Bapak Wima



Wawancara dengan Bapak Widayat



Wawancara dengan Bapak Totok



Wawancara dengan Ibu pipit

