

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PEMBIAYAAN PADA PT. BPR SYARI'AH
BUMI RINJANI BATU**

SKRIPSI

Oleh

ERNA DEWI KUSUMAWATI

99220889



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MALANG**

2004

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PEMBIAYAAN PADA PT. BPR SYARI'AH
BUMI RINJANI BATU**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Dekan
Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen UIN Malang
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih
Gelara Sarjana Ekonomi (SE)**

Oleh

**ERNA DEWI KUSUMAWATI
99220889**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MALANG
2004**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN
PEMBIAYAAN PADA PT. BPR SYAR1'AH
BUMI RINJANI BATU**

SKRIPSI

Oleh

**ERNA DEWI KUSUMAWATI
99220889**

Disetujui pada tanggal, Maret 2004

Oleh

Dosen Pembimbing

Abdul Kadir Ursy, SE., MM. AK

Mengetahui

Pj. Dekan Fakultas Ekonomi

Jamal Lullail Yunus SE.,MM

NIP. 150 299 506

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PEMBIAYAAN PADA PT. BPR SYAR1'AH BUMI RINJANI BATU

SKRIPSI

Oleh

Erna Dewi Kusumawati
99220889

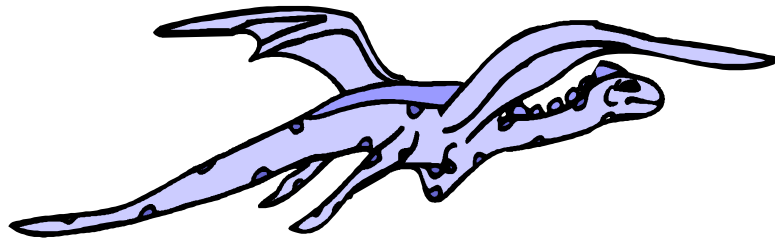
Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Tanggal, 02 April 2004

- | | Tanda Tangan |
|---|--------------|
| 1. Ketua
<u>Slamet, SE., MM</u>
NIP. 150 290 087 | () |
| 2. Pembimbing
<u>Abdul Kadir Usry, SE., MM. AK</u>
NIP. 150 227 505 | () |
| 3. Penguji Utama
<u>Drs. H. Muhammad Djakfar, SH., M. Ag</u>
NIP. 150 203 742 | () |

Megetahui dan Mengesahkan
Pj. Rektor
Universitas Islam Negeri Malang

Prof. Dr. H. Imam Suprayogo
NIP. 150 196 286



MOTTO

من ذا الذي يقرض الله قرضا حسنا فيضاعفه
وله أجر كريم (الحديد : ١٧)

*Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik
Allah akan melihat gandrungan (ketulusan) pinjaman itu untuknya
dan dia akan memperoleh pahala yang banyak" (Q.S. al-Hadid: 17)*

... وتعاونوا على البر والتقوى

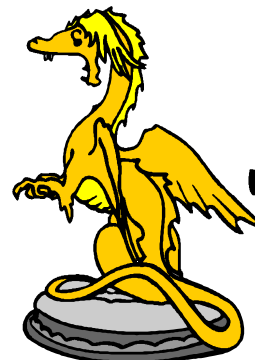
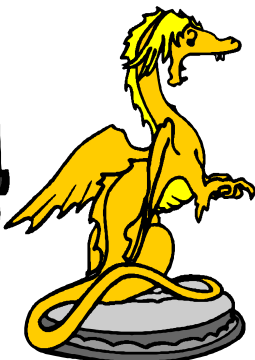
ولا تعاونوا على الاثم والعدوان ... (المائدة : 2)

*... dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa
dan janganlah kamu tolong-menolong dalam (mengerjakan) dosa dan permusuhan ...
(Q.S. al-Ma'idah: 2)*

والله في عون العبد ما كان العبد
في عون أخيه... (رواه المسلم)

*"Dan Allah akan menolong hamba selama
hamba menolong standarnya"*

(HR. Muslim)





*Masa depan bukannya di depan kita
melainkan sudah terjadi*

*Adalah
lebih penting untuk melakukan apa yang secara
strategis benar dari pada apa yang mampu
menghasilkan laba dengan segera*

*Perusahaan yang jelek akan mengabaikan pesaing;
perusahaan rata-rata akan meniru pesaing;
perusahaan yang menang akan mengungguli
pesaing*

Kotler



PERSEMBAHAN

*Seiring dengan kebaikan dan rasa syukur
Yang teramat dalam atas karunia-Mu ya Allah ...*

Kupersembahkan karya kecilku ini teruntuk:

*Ayahanda Moch. Shodiqin dan ibunda Suhartini tercinta,
yang senantiasa memberikan cinta, kasih sayang, motivasi, dan do'a
serta memberikan segalanya yang tak dapat kuungkapkan lewat kata".*

*(Ya Allah.. ampunilah dosa mereka dan sayangilah mereka
sebagaimana mereka menyayangiku sejak kecil)*

Guru"ku yang mulia,

Yang telah memperkaya khazanah keilmuanku

*Kakak2ku tersayang Erna Herawati, M.Ag dan Hermawan S. PdI
yang jadi motivator dan cerahan isi hatiku, yang selalu sayang dan mengerti aku,
yang setiap saat selalu kubikin repot, 'afwan dan syukron katsir.*

*(Semoga kesuksesan selalu menyertai di setiap langkah kalian,
dan semoga Allah SWT. senantiasa memberikan yang terbaik buat kalian,
dan tercapai apa yang kalian Cita dan Cinta)*

Keponakanku yang tersayang, tercinta dan terlucu

M. Ilham Taufiq

Teman-teman FE '99

*yang telah menghiasi hari" indahku dengan penuh canda tawa,
juga suka dan duka, terimakasih buat persahabatannya*

Sahabat-sahabat dan adik"ku di 'al-Hikmah al-Fathimiyyah'

Terimakasih atas kritik, motivasi, dan do'anya.

*Dengan kalianlah kuperoleh arti sebuah perjuangan
dan persaudaraan, juga tulusnya kasih sayang*

*Orang" yang jadi pecinta, dan pemerhati, serta
Pejuang tegaknya Ekonomi Islam.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hamdan laka ya Allah.. Hanya dengan rahmat, taufiq, hidayah, dan inayah, serta karuniaMu-lah akhirnya karya ilmiah ini dapat penulis selesaikan, meski telah banyak menghabiskan waktu yang cukup panjang dan berbagai cobaan serta aral melintang yang terus ada selama proses penyelesaiannya. Namun karena karuniaMu jualah akhirnya semua itu dapat penulis lampau dengan sukses.

Sholawat dan salam tak lupa penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah SAW, yang senantiasa penulis harapkan syafaatnya kelak dihari akhir, serta para keluarga dan sahabatnya yang telah menuntun dan memberikan petunjuk jalan menuju *Nur al-Islam*.

Karya tulis ilmiah dengan judul "**Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pembiayaan Pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu Malang**" ini disusun, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Penyusunan karya ilmiah ini tentu tidak akan dapat terwujud dan terselesaikan tanpa adanya bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung. Untuk itulah penulis sampaikan untaian ucapan rasa terimakasih yang seagung-agungnya, kepada:

1. Bapak Prof Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Pj. Rektor UIN Malang.
2. Bapak Jamal Lullail Yunus, SE., MM., selaku Pj. Dekan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen UIN Malang.
3. Bapak Abdul Kadir Ursy, SE., MM. AK., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu dan dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, motivasi, dan nasihat demi terselesaikannya penyusunan karya ilmiah ini.
4. Seluruh dosen UIN Malang, khususnya dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah mendidik dan mengamalkan ilmunya dengan penuh ikhlas di bangku kuliah, semata-mata sebagai pedoman penulis baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.
5. Bpk. Abd. Rochim selaku Direktur PT. BPR Syari'ah Burmi Rinjani Batu, beserta seluruh staf karyawan yang telah memberikan banyak waktu dan kesempatan, serta masukan demi terselesaikannya karya ilmiah ini.
6. Ayah-bundaku, dengan cinta dan kasih sayangnya yang tak terhingga telah mengasuh, mendidik, membimbing, mengarahkan, serta memberikan do'a dalam setiap langkah ananda dengan penuh keikhlasan menuju tangga kesuksesan.
7. Abah Yahya dan ibu Syafiyah, selaku pengasuh di negeri rantau yang telah memberikan bimbingan serta do'anya selama ini.
8. Kanda Hermawan dan Erna Herawati, yang dengan penuh pengertian telah memahami adinda.
9. Sahabat-sahabatku FE '99, yang telah menghiasi hari-hari indahku dengan penuh canda tawa, juga suka dan duka.
10. Sahabat-sahabat dan adik-adikku seperjuangan di *"PPP. Al-Hikmah Al-Fathimiyyah* tecinta. Terimakasih atas kritik, motivasi, dan do'anya.

Tiada kata yang patut penulis sampaikan selain untaian rasa terimakasih yang seagung-agungnya, semoga Allah SWT. senantiasa mencurahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayahNya kepada semua pihak yang telah membantu demi terselesaikannya karya ilmiah ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya, koreksi dan kritik yang bersifat konstruktif dari pembaca sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Akhirnya, semoga dengan tersusunnya karya ilmiah ini akan dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya, dan bagi almamater, perusahaan, serta peneliti selanjutnya, *Amiin*.

Malang, 23 Maret 2004

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Pembahasan	7

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu	8
B. Pemasaran	10
1. Pengertian Pemasaran	10
2. Tujuan Pemasaran	13
3. Konsep Pemasaran	13
4. Proses Pemasaran	15
C. Manajemen Pemasaran	16
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2. Proses Manajemen Pemasaran	18

D. Strategi Pemasaran	19
1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	19
2. Proses Perencanaan Strategi	20
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perencanaan Strategi	21
E. Strategi Pemasaran Bank Syari'ah	21
F. Analisis SWOT	24
G. Bauran Pemasaran	26
H. Pembiayaan	27
1. Pengertian Pembiayaan	27
2. Macam-macam Pembiayaan	28
3. Analisis Pembiayaan	32

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian	37
B. Sifat dan Jenis Penelitian	37
1. Sifat Penelitian	37
2. Jenis Penelitian	37
C. Teknik Pengumpulan Data	38
D. Teknik Analisis Data	39

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Perusahaan	40
2. Struktur Organisasi Perusahaan	40
3. Job Discription	42
4. Sistem operasional	53
5. Prinsip Kerja	54
6. Sumber Daya Insani (SDI).....	54
7. Keuangan	56
8. Produk-produk	59
9. Pembiayaan.....	61
10. Strategi Pemasaran.....	68

11. Langkah-langkah Pemasaran Produk Pembiayaan	69
B. PEMBAHASAN	70
1. Visi, Misi, Tujuan, dan Motto	70
2. Analisis Lingkungan (<i>Environment Analysis</i>)	71
a. Analisis Lingkungan Eksternal	71
b. Analisis Lingkungan Internal.....	83
3. Analisis SWOT	87
4. Alternatif Strategi	90
5. Penetapan Strategi	92
6. Implementasi Strategi	93
7. Evaluasi Strategi.....	96
 BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	15
Gambar 2.2 Daur Proses Pemasaran	16
Gambar 2.3 Proses Manajemen Pemasaran	18
Gambar 2.4 Bauran Pemasaran Bank Syari'ah	27
Gambar 2.5 Jenis-jenis Pembiayaan	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	42
Gambar 4.2 Sistem Operasional	53
Gambar 4.3 Prosedur Pembiayaan	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemasaran Bank Syari'ah	21
Tabel 2.2 Analisis SWOT Bank Syari'ah	23
Tabel 2.3 Rekomendasi Analisis Pembiayaan Bank Syari'ah	36
Tabel 4.1 Hasil Kinerja dan Laba/ Rugi Sampai dengan Des '03	56
Tabel 4.2 Proyeksi Neraca dan Laba/ Rugi Tahun 2004	57
Tabel 4.3 Rencana Pemberian Pembiayaan	58
Tabel 4.4 Prosentase Bagi Hasil Deposito Mudharabah	69
Tabel 4.5 Contoh Nisbah Deposito Mudharabah	60
Tabel 4.6 Tingkat Pertumbuhan dan laju Inflasi	73
Tabel 4.7 Proyeksi Pendapatan Regional Perkapita Kodya Malang	74
Table 4.8 Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syari'ah di Indonesia	78
Tabel 4.9 Indikator Perkembangan dan Share Bank Syari'ah	79
Tabel 4.10 SWOT Analysis Matrix	89

B A B I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan setelah dikeluarkannya berbagai paket kebijakan, khususnya kebijakan moneter (perbankan) telah membuat perubahan yang cukup drastis, baik mengenai perizinan, manajemen, jumlah bank, dana yang terkumpul ataupun dana yang disalurkan. Berta dampak lainnya. Implikasi langsung dari PAKTO 1988 adalah ter adanya penyesuaian pasar perbankan dari bentuk *seller market* ke *buyer market*. Sejak sejak paket tersebut perbankan Indonesia menyadari pentingnya *marketing planning* yang kemudian diaplikasikan dalam banyak strategi. Ada yang mencoba *market leader*, *market challenger*, *market follower* ataupun *market nicker* (Muhammad, 2000:130).

Dengan adanya perkembangan yang pesat tersebut akan ter adu beberapa kecenderungan, antara lain, yang *pertama*; akan ter adu persaingan yang semakin ketat antara bank-bank yang ada. *Kedua*; lembaga perbankan merupakan lembaga perantara keuangan (*financial intermediary*), dalam artian lembaga perbankan merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghimpun dana masyarakat (*funding*) yang kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat (*financing/ lending*) dalam bentuk kredit karna keberhasilannya dalam menghimpun dana tersebut.

Perbankan yang dihadapkan pada penyaluran kreditnya harus bersaing dengan bank lain dan juga lembaga keuangan non bank. Hal ini akan berakibat lembaga perbankan akan ads kecenderungan memberikan kemudahan dalam

ABSTRAK

**Erna Dewi Kusumawati / 99220889 / STRATEGI PEMASARAN
UNTUK MENINGKATKAN PEMBIAYAAN PADA PT. 'BPR
SYARVAH BUMI RINJANI BATU / Dosen Pembimbing Abdul Kadir Ursy,
SE., MM. AK. / Fakultas Ekonomi / Jurusan Manajemen / 2004.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya tuntutan yang sedang dihadapi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu sebagai salah satu lembaga keuangan Syari'ah yang memiliki misi khusus yakni misi *bisnis* dan *sosial*. Disamping membawa misi juga membawa beban yang membuatnya harus dikelola secara ketat agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan terhadap permintaan pembiayaan yang terus meningkat khususnya untuk sektor perindustrian, perdagangan, dan jasa. PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu yang sedang dihadapkan pada penyaluran dananya tersebut harus memiliki dan menentukan strategi yang sesuai dari sudut pandang posisi industri, tujuan, peluang, dan keahlian, serta sumber dayanya, mengingat PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu masih relatif baru berdiri dengan ketatnya persaingan yang ada.

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penerapan dan pengelolaan strategi pemasaran untuk meningkatkan pembiayaan, serta strategi apa yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan pembiayaan pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu. Sedangkan teknik analisis data yang penulis gunakan adalah teknik analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, and Treath*) yakni analisis mengenai lingkungan baik eksternal maupun internal untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang sedang dihadapi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut, dapat diketahui bahwa PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu memiliki kekuatan yang besar. Hal ini diantaranya ditandai dengan adanya faktor permodalan (*asset*) yang dimiliki, kualitas aktiva produktif, manajemen, dan likuiditas yang memiliki predikat baik/ sehat dan lokasi yang strategis. Sedangkan kelemahan yang dimiliki adalah jumlah karyawan/ tenaga pemasaran dan kualitas SDI yang kurang, produk kurang bervariasi, belum menggunakan PSAK '59, dan citra Bank belum begitu dikenal masyarakat luas. Kemudian peluang besar yang sedang dihadapi adalah berupa *market share* yang cukup luas. Dan ancaman yang sedang dihadapi adalah banyaknya pesaing, dan stabilitas politik yang tidak menentu/ inkondusif. Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu saat ini berada pada posisi kuadran I. Dimana kuadran I merupakan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. Dengan posisi tersebut,

strategi yang tepat yang harus dilakukan oleh PT. BPR Syariah Bumi Rinjani Batu adalah strategi *Penetrasi Pasar, Strategi Pengembangan Pasar, dan Strategi Pengembangan Produk*. Alasan yang mendasari adalah karena banyak calon konsumen/ nasabah yang belum terjangkau didaerah pemasaran PT. BPR Syariah Bumi Rinjani Batu, strategi ini dilakukan bila konsumen/ nasabah yang telah ada dianggap jenuh, atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicari konsumen/ nasabah baru yang secara geografis/ demografis berbeda dengan pasar yang lama, dan perlunya perubahan/ penyempurnaan serta penambahan produk yang sudah ditawarkan kepada konsumen/ nasabah.

penyaluran kredit, baik dalam kemudahan evaluasi studi kelayakan, dan juga persyaratan memperoleh kredit, yang akhirnya banyak bank tidak memiliki strategi usaha yang fokus. Penyaluran kredit dilakukan tanpa melalui strategi segmentasi distribusi dan diversifikasi yang jelas: Sementara itu struktur dan kemampuan sumber dana pendukung ekspansi sangatlah lemah, sehingga menimbulkan *gap* yang cukup besar.

Sebagaimana halnya bank konvensional, Bank Islam juga - mempunyai pecan sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kekurangan dana (*deficit unit*). Dana tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak.

Keberadaan perbankan Islam di tanah air ini telah mendapatkan pijakan yang kokoh setelah adanya paket Deregulasi, yaitu yang berkaitan dengan lahirnya Undang-undang Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 yang direvisi melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya Bank Bagi Hasil atau, Bank Islam. (Muhammad, 2000:65).

Keberadaan Bank Islam atau bank Syari'ah tersebut, disamping menjadi organisasi non-pemerintah yang memberi peluang besar bagi masyarakat muslim untuk ikut berperan dalam aktivitas perbankan non-bungs berdasarkan prinsip syari'ah, juga memberikan beragam produk dan jasa perbankan yang mampu menunjang bisnis, investasi, serta, aktivitas produksi.

Akan tetapi, persaingan global sendiri telah merupakan fakta dalam kehidupan ekonomi yang tedadi tidak hanya dipasar barang saja, melainkan jugs

dipasar jasa. Bagi perusahaan yang tetap bertahan dan makin mengembangkan pangsa pasarnya harus memiliki rencana permainan atau strategi tegi untuk dapat mencapai labs yang optimal. Setup perusahaan harus menentukan strategi yang sesuai dari sudut pandang posisi industri dan tujuan, peluang, keahlian, serta sumber dayanya.

Oleh sebab itulah PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melalui riset pasar mengingat semakin banyaknya pesaing baik lembaga keuangan sejenis maupun lembaga keuangan lain yang menjadi pesaing potensial.

Penduduk Indonesia yang mayoritas muslim merupakan peluang yang harus dicermati disamping sebagai sarana dakwah dan *syi'ar* ajaran Islam. Pemasaran harus dikelola secara professional, sehingga kebutuhan dan keinginan masyarakat calon nasabah dapat terpenuhi, serta dapat lebih memperkenalkan jasa atau produk-produk dan jasa perbankan tak terbatas hanya pads sebagian kecil masyarakat. Pengelolaan pemasaran secara profesional inilah yang oleh Kasmir (2001: 154) dikatakan sebagai *manajemen emen pemasaran bank*

Manajemen pemasaran bank menurut Kasmir merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pare nasabahnya terhadap, produk dan jasa perbankan melalui perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terus-menerus, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, dan jugs. akan memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Pemenuhan kebutuhan, keinginan, serta kepuasan nasabah tersebut sangat diprioritaskan terutama kepada golongan ekonomi lemah dan pengusaha kecil

secara optimal. Hal itu karena seperti yang dikatakan Muhammad (2000: 67), bahwa lembaga bank syari'ah bukan sekedar lembaga keuangan yang bersifat sosial. Namun, sebagai lembaga bisnis dalam rangka memperbaiki perekonomian ummat. Sesuai dengan itu, maka dana yang dikumpulkan dari masyarakat harus disalurkan dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan. Pinjaman dana kepada anggota tersebut disebut juga *pembiayaan*.

Menurut Muhammad, orientasi pembiayaan yang diberikan bank syari'ah adalah untuk mengembangkan dan atau meningkatkan pendapatan nasabah dan bank syari'ah. Sasaran pembiayaan ini adalah semua sektor ekonomi untuk pembiayaan seperti pertanian, industri rumah tangga, perdagangan dan jasa.

Hal tersebut diperkuat dengan adanya firman Allah SWT. (Q. S. al-Hadid: 11) yang berbunyi:

Tedemahnya: "Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, maka Allah akan melipatgandakan (balasan) pinjaman itu untuknya dan dia akan memperoleh pahala yang banyak (Depag. RI., 2000:428)

Untuk itulah, sebagai perusahaan jasa yang relatif baru berdiri dan yang dapat melayani sektor tersebut (golongan ekonomi lemah dan pengusaha kecil), PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu sangat memerlukan strategi pemasaran dalam rangka pencapaian misi, tujuan, serta target operasionalnya.

Berangkat dari beberapa hal yang dikemukakan diatas, maka dipandang perlu oleh penulis untuk melakukan penelitian tentang "*Strategi Pemasaran*

Untuk Meningkatkan Pembiayaan Pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada Tatar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Sejauh mana penerapan dan pengelolaan strategi pemasaran untuk meningkatkan pembiayaan pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu?
2. Strategi apa yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan pembiayaan pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sejauh mana penerapan dan pengelolaan strategi pemasaran pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu untuk meningkatkan pembiayaan.
2. Untuk mengetahui strategi apa yang lebih efektif dan efisien untuk meningkatkan pembiayaan pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah;

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen, sekaligus informasi dalam menentukan dan memutuskan suatu kebijakan perusahaan khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan dan penempatan strategi pemasaran untuk meningkatkan pembiayaan.

b. Bagi Penulis

Sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah, sebagai sarana untuk meningkatkan kemampuan, keterampilan/ kreativitas, serta untuk menambah pengetahuan dan wawasan di bidang strategi pemasaran dalam perbankan, khususnya pada PT. BPR Syariab Bumi Rinjani Batu. - .

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan untuk penelitian sejenis dimasa mendatang atau dikembangkan lebih lanjut guna menghasilkan penelitian yang lebih baik dari penelitian sebelumnya.

F. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan laporan ini terdiri dari **5** (lima) bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN.

Bab ini meliputi; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini meliputi; tinjauan hasil penelitian terdahulu, serta teori-teori yang relevan dengan pembahasan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini meliputi; lokasi penelitian, jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dalam bab ini meliputi semua hasil penelitian yang sudah penulis lakukan, diantaranya: sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, job discription, sistem operasional, prinsip kerja, SDI, keuangan, produk-produk, pembiayaan, dll. Kemudian pembahasan yang berisi penjabaran penulis dari semua proses strategi pemasaran.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang relevan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah penulis lakukan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai langkah awal dalam penelitian ini, penulis melakukan tinjauan hasil penelitian terdahulu dengan tujuan agar memberikan gambaran dalam memperjelas kerangka berpikir sebuah penelitian. Dengan melakukan tinjauan hasil penelitian terdahulu dimaksudkan untuk mendapatkan acuan mengenai beberapa analisis yang harus dipertimbangkan oleh suatu perusahaan terhadap keputusan langkah penerapan strategi yang sesuai dan tepat, khususnya yang menyangkut masalah *strategi pemasaran* perusahaan tersebut. Beberapa penelitian yang dikaji, antara lain penelitian:

- **Hendro Kristijanto**, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, meneliti tentang '*strategi Pemasaran Pada Perusahaan Kacang Shanghai Gangsar Tulungagung*'. Adapun yang di analisis dalam penelitian tersebut adalah lingkungan umum industri, lingkungan persaingan, pasar, lingkungan internal perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis *deskriptif*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa analisis lingkungan umum industri, lingkungan persaingan, pasar, dan lingkungan internal perusahaan secara keseluruhan memberikan gambaran mengenai situasi dan kondisi seluruh aspek perusahaan baik internal maupun eksternal terhadap keadaan pasar dan pemasaran produk mereka. Melihat keadaan

tersebut peneliti dapat menentukan bahwa strategi pertumbuhan produk sebagai langkah yang tepat.

- **Elvis Lukman Hakim**, mahasiswa Jurusan Syari'ah Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang, meneliti tentang '*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus di Perusahaan Tabloit Hallo Malang)*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang strategi persaingan yang digunakan oleh Tabloit Hallo Malang, serta ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen strategi pada perusahaan tersebut dalam upaya meningkatkan volume penjualannya, dengan menggunakan beberapa analisis, diantaranya; analisis lingkungan eksternal yang mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan dengan nyata, analisis lingkungan internal perusahaan yang membatasi pada peluang yang ada, serta analisis SWOT; dan analisis yang membandingkan antara faktor internal dan eksternal perusahaan secara keseluruhan. Metode penulisan yang digunakan peneliti adalah metode *deskriptif kualitatif*. Adapun hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan oleh pihak manajemen Tabloit Hallo Malang adalah strategi pengikut pasar (*Market Follower*). Selanjutnya peneliti menyebutkan bahwa dengan kekuatan yang dimiliki, perusahaan seharusnya memakai strategi penantang pasar (*Market Challenger*) dan strategi pertumbuhan akhir (sebagai solusi yang ada dan sebagai pengambilan kebijakan yang disesuaikan dengan kondisi intern dan ekstern perusahaan).

Dengan melihat posisi perusahaan melalui intern dan ekstern, perusahaan akan dapat meningkatkan volume penjualannya.

B. Pemasaran

1. Pengertian Pemasaran

Agama Islam yang bersumber pada wahyu Ilahi dan sunnah Rasul mengajarkan kepada umatnya untuk berusaha mendapatkan kehidupan yang baik didunia dan sekaligus mendapatkan kehidupan yang baik di akhirat, dan inilah yang dapat menjamin dicapainya kesejahteraan lahir dan batin.

Kesejahteraan lahir dan batin yang ingin diperoleh haruslah melalui kegiatan ibadah dan mu'amalah yang bersumber dari ketentuan syari'at yang dijiwai oleh akidah Islamiyyah dan akhlak yang luhur. Dengan beregang teguh kepada syari'ah, akidah, dan akhlak Islamiyyah inilah dapat dilakukan berbagai kegiatan mu'amalah.

Kegiatan mu'amalah telah diatur secara lengkap dalam Syari'at Islam, termasuk didalamnya adalah kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan sebuah aktivitas manusia yang fundamentalis dan penting dilakukan dalam menunjang dan memperlancar suatu proses perekonomian agar dapat berfungsi dengan baik dan benar.

Kegiatan mu'amalah juga telah diperintahkan oleh Allah

dalam firman-Nya Q. S. al-Jumu'ah, ayat 10.

Terjemahnya: “*Dan apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu dimuka bumi, dan carilah karunia Allah sebanyak-banyaknya supaya kamu beruntung*”. (Depag RI., 2000:442)

Istilah pemasaran dalam bahasa inggris dikenal dengan nama *marketing*. Asal kata pemasaran adalah = *market*. Apa yang dipasarkan itu ialah barang dan jasa. Memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual barang tetapi lebih luas dari itu. Di dalamnya tercakup berbagai kegiatan seperti membeli, menjual dengan segala macam cara, mengangkut barang, menyimpan, mensortir, dan sebagainya. (Buchari A., 2000:1).

Selanjutnya Buchari A. (2000:3) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut: *Marketing is societal process by which individual and group obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others* (Marketing adalah proses dimana seseorang atau kelompok dapat memenuhi *need* dan *want* melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa).

Pemasaran menurut Kotler (1997:8), adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang

bernilai dengan pihak lain.

Adapun pemasaran menurut Lambat. Al. (2001:6) memiliki dua hal. *Pertama*, pemasaran merupakan filosofi, sikap, perspektif atau orientasi manajemen yang menekankan pada kepuasan konsumen. *Kedua*, pemasaran adalah sekumpulan aktivitas yang digunakan untuk mengimplementasikan filosofi ini.

Definisi dari American Marketing Association (AMA) dalam Lambat. al. (2001:6) mencakup kedua perspektif itu: "*Marketing is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational goals*". Artinya bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu merumuskan individu dan organisasi.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu proses kegiatan individu maupun, kelompok yang bertujuan memenuhi apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui berbagai cara baik dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan barang ataupun jasa dengan orang lain.

Sedangkan secara spesifik pengertian pemasaran bagi lembaga keuangan/ jasa keuangan menurut Muhammad (2002:194) adalah:

1) Mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang

dan dimasa yang akan datang.

- 2) Menilai kebutuhan nasabah/ anggota saat ini dan masa yang akan datang.
- 3) Menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut.
- 4) Promosi untuk mencapai sasaran.

2. Tujuan Pemasaran

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan tentu memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang demi tercapainya tujuan yang telah direncanakan. Ada beberapa tujuan suatu perusahaan melakukan kegiatan pemasaran (Kasmir, 2001:153), antara lain:

- 1). Memenuhi kebutuhan akan suatu produk maupun jasa.
- 2). Memenuhi keinginan para pelanggan akan suatu produk atau jasa.
- 3). Memberikan kepuasan semaksimal mungkin terhadap pelanggannya.
- 4). Meningkatkan penjualan dan laba.
- 5). Ingin menguasai pasar dan menghadapi pesaing.

Adapun tujuan pemasaran menurut Buchari A. (2000:5) adalah:

- 1). Untuk mencari keseimbangan pasar antara *buyer's market* dan *seller's market*, mendistribusikan barang dan jasa dari daerah surplus ke daerah minus, dari produsen ke konsumen, dari pemilik barang dan jasa ke calon konsumen.
- 2). Tujuan pemasaran yang utama ialah memberi kepuasan kepada konsumen. Tujuan pemasaran bukan komersial atau mencari laba, tetapi tujuan pertama ialah memberi kepuasan kepada konsumen.

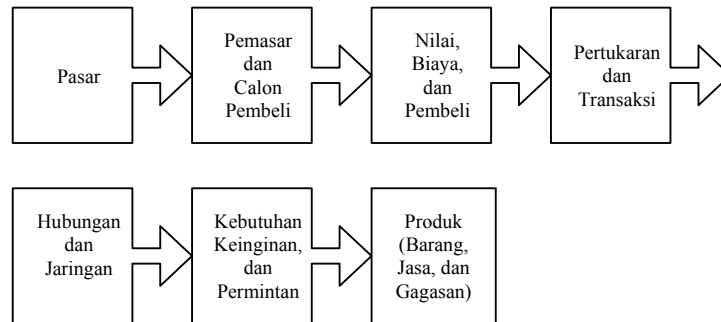
3. Konsep Pemasaran

Dalam kegiatan pemasaran terdapat beberapa konsep yang mana masing-masing konsep memiliki tujuan yang berbeda. Konsep ini timbul dari satu periode ke periode lainnya akibat perkembangan pengetahuan baik produsen maupun konsumen. Penggunaan konsep ini tergantung kepada perusahaan yang juga dikaitkan dengan jenis usaha dan tujuan perusahaan yang bersangkutan.

Ada 5 konsep dalam pemasaran dimana masing-masing konsep saling bersaing satu sama lainnya. Setup konsep dijadikan landasan pemasaran oleh masing-masing perusahaan. Secara umum kelima konsep pemasaran tersebut menurut Sumarni (1997:10) adalah:

- 1). Konsep produksi (*The Production Concept*)
Konsep ini menyatakan bahwa, konsumen akan menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Oleh karenanya manajemen harus berupaya untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi.
- 2). Konsep produk (*The Product Concept*)
Dalam konsep ini terkandung pengertian bahwa, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karenanya produsen harus berupaya memperbaiki produk secara terus-menerus.
- 3). Konsep penjualan (*The Selling Concept*)
Konsep ini menyatakan bahwa, konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif.
- 4). Konsep pemasaran (*The Marketing Concept*)
Dalam konsep ini dinyatakan bahwa, kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan perusahaan adalah terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (*target market*) serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan oleh para pesaing.
- 5) Konsep pemasaran kemasyarakatan (*The Societal Marketing*)
Konsep ini menyatakan bahwa, tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan dengan lebih baik daripada yang diberikan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

Sedangkan dari definisi pemasaran yang telah dikemukakan Kotler diatas, bersandar konsep inti pemasaran: *kebutuhan (need)*, *keinginan (wants)*, dan *permintaan (demands)*; *produk (barang , jasa, dan gagasan)*; *nilai, biaya, dan kepuasan*; *pertukaran*; dan *transaksi*; *hubungan, dan jaringan*; *pasar*; serta *pemasaran dan prospek*. Konsep-konsep ini diilustrasikan dalam gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran
Sumber : Philip Kotler, 1997, hal. 8

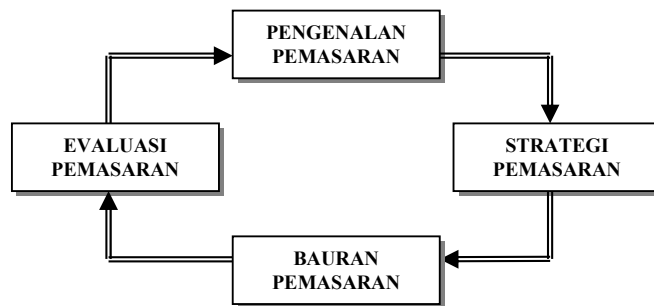
Menurut Kasmir (2001:156), bagi dunia perbankan konsep yang paling tepat untuk diaplikasikan adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan atau paling tidak menggunakan konsep pemasaran. Dalam kedua konsep itu jelas tertuang bahwa pelanggan adalah segalanya. Kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan benar-benar harus diperhatikan. tujuannya adalah agar pelanggan tetap setia menggunakan produk-produk atau jasa-jasa yang dihasilkan oleh bank.

4. Proses Pemasaran

Menurut Siregar dalam Muhammad (2002:194), untuk mendapatkan hasil pemasaran lembaga keuangan/ jasa maka harus mengikuti tahapan-tahapan atau proses pemasaran sebagai berikut:

- 1) *Pengenalan Pasar*, yaitu usaha untuk mengetahui potensi pembeli/ konsumen dan mengetahui kebutuhannya.
- 2) *Strategi Pemasaran*, merupakan tindak lanjut dari pengenalan pasar yang menyangkut strategi yang akan diterapkan dalam memasarkan produk agar dapat diterima oleh pasar.

- 3). *Bauran Pemasaran*, merupakan alat yang digunakan dalam menjalankan strategi yang telah dipilih. Dalam bauran pemasaran ini akan ditentukan bagaimana unsur-unsur produk, harga, lokasi/ sistem distribusi dan promosi yang disatukan menjadi satu kesatuan sehingga sesuai dengan konsumen yang akan dituju.
- 4). *Evaluasi*, harus dilakukan untuk melihat sejauh mana proses pemasaran dijalankan dan apakah ada perbaikan yang terjadi dalam usaha yang dilakukan.



Gambar 2.2 Daur Proses Pemasaran
 Sumber: Muhammad, 2002, *hal* 195

C. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Istilah *marketing management* oleh Kotler dalam Buchari A. (2000:86), dirumuskan sebagai berikut:

"Marketing management is the analysis, planning, implementation, and control of program designed to bring desired exchange with target markets for the purpose of achieving organizations offering in terms of the target market's needs and using effective pricing, communication, and distribution to inform, motivate, and service the market".

Artinya: manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisis, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (*programs*), guna mencapai tingkat pemasaran sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kegiatan utamanya terletak pada merancang penawaran yang dilakukan perusahaan agar dapat memenuhi keinginan dan

kebutuhan pasar dengan menggunakan politik harga, cara-cara komunikasi, dan cara distribusi, menyajikan informasi, memotivasi dan melayani pasar.

Adapun manajemen pemasaran bank menurut Kasmir (2001:154), adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa-jasa lainnya dalam rangka memenuhi, kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabahnya.

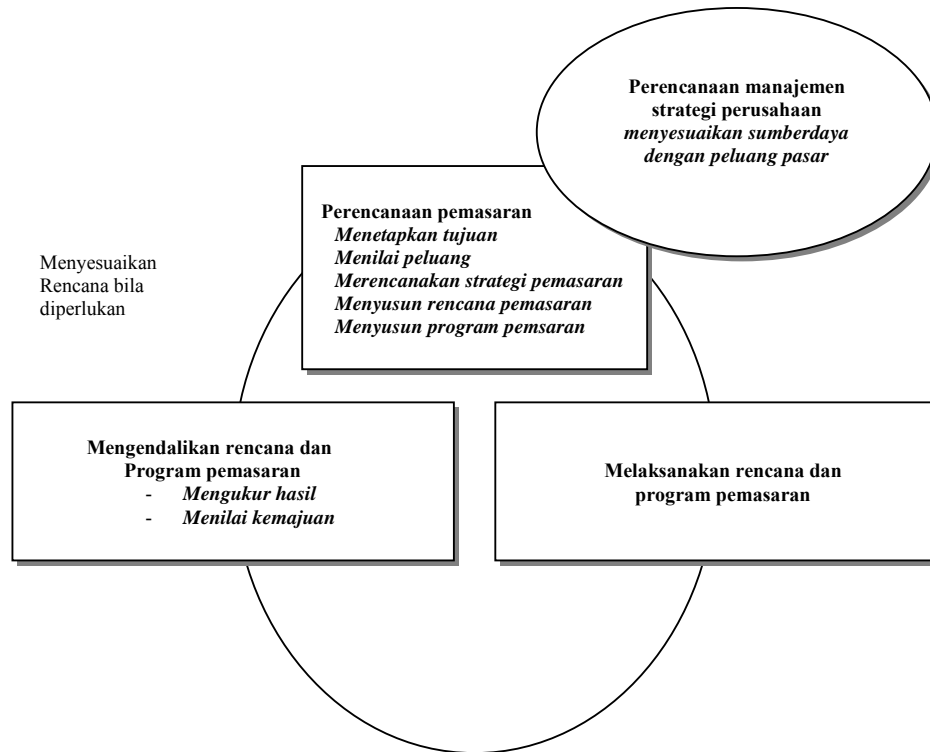
Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa manajemen pemasaran bank merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk barang dan jasa perbankan melalui perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian secara terus-menerus, sehingga dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan kepada nasabahnya.

Jadi manajemen pemasaran menurut kedua definisi diatas adalah merupakan suatu tindakan perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan, dan pengawasan secara menyeluruh terhadap semua aktivitas pemasaran guna mencapai tujuan yang diinginkan oleh sebuah perusahaan, baik itu perusahaan barang maupun jasa.

2. Proses Manajemen Pemasaran

Proses manajemen pemasaran menurut E. Jerome Mc Carthy William D. Perreult, JR., (1996:31) meliputi:

- 1). *Merencanakan* kegiatan pemasaran.
- 2). Mengarahkan *pelaksanaan* rencana.
- 3). *Mengendalikan* rencana.



Gambar 2.3 Proses manajemen Pemasaran

Sumber: E. Jerome. Mc Carthy William D. Perreault, JR., 1996, hal. 31

D. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Menurut Stoner, et. al. (1995:3) konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, *pertama*; dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intens to do*), dan *kedua*; dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).

Berdasarkan perspektif yang *pertama*, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan

mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.

Sedang berdasarkan perspektif *kedua*, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

Strategi diartikan oleh Warren J. Keegan (1996:26), sebagai suatu respons yang dipertimbangkan dari sebuah organisasi pada kenyataan dari organisasi pihak yang berkepentingan dan kenyataan dari lingkungan bisnis.

Adapun William F. Gluek dan Lawrence R. Jauch (1998:9), mengemukakan, strategi adalah rencana yang distatuskan, luas dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.

Jadi, strategi pemasaran adalah kebijakan yang menyeluruh yang ditempuh oleh perusahaan dalam upaya untuk mengantisipasi masalah-masalah pemasaran yang berguna untuk mencapai tujuan perusahaan, khususnya untuk jangka panjang.

2. Proses Perencanaan Strategi

Sebuah perusahaan harus melakukan langkah-langkah dibawah ini

untuk dapat menerapkan strategi pemasaran yang telah direncanakan,

(Supriyono, 1990:15)-

- 1). Merumuskan tujuan perusahaan.
- 2). Menyusun strategi perusahaan.
- 3). Analisis lingkungan ekstern perusahaan.
- 4). Analisis lingkungan intern perusahaan.
- 5). Alternatif strategi.
- 6). Pemilihan alternatif.
- 7). Implementasi strategi.
- 8). Kebijakan fungsional.
- 9). Evaluasi strategi.

Namun pada umumnya, proses perencanaan strategi yang sering dilakukan oleh sebuah perusahaan dibagi menjadi lima langkah:

- 1). Merumuskan visi, misi, dan tujuan perusahaan.
- 2). Analisis lingkungan ekstern dan intern perusahaan.
- 3). Alternatif strategi.
- 4). Implementasi strategi.
- 5). Evaluasi strategi.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Strategi

Dalam melakukan proses perencanaan strategi terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, (Kotler, 1985:365):

- 1). Ukuran besarnya dan posisi persaingan dalam lingkungan pasarnya.
- 2). Sumberdaya, tujuan, dan kebijaksanaan khas dari perusahaan yang bersangkutan.
- 3). Aneka strategi yang diterapkan oleh para pesaingnya.
- 4). Perilaku pembelian dalam pasaran yang ditargetkan.
- 5). Tahap daur usia produknya (*product life cycle*).
- 6). Sifat dan watak lingkungan ekonominya.

E. Strategi Pemasaran Bank Syariah

Setelah mengetahui sasaran yang hendak dituju Bank Syariah mengukur dan mengetahui *kemampuan* dan *kelemahan* yang dimilikinya dalam menangkap

peluang dan meminimalisir *ancaman* melalui *analisa SWOT* untuk menentukan strategi yang tepat dalam pencapaian tujuan.

Adapun strategi umum yang sering digunakan dalam pemasaran Bank Syari'ah yang semua mengarah pada **keunggulan kompetitif** (*Competitif Advantage*), adalah sebagai berikut:

Produk Konsumen	Produk Lama	Produk Baru
Konsumen Lama	Penetrasi Pasar	Pengembangan Produk
Konsumen Baru	Pengembangan Pasar	Diversifikasi

Table 2.1 Pemasaran Bank Syari'ah
Sumber: Muhammad, 2002, hal 197

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Penetrasi Pasar

Strategi ini digunakan bila masih banyak calon konsumen/ nasabah yang belum terjangkau didaerah pemasaran Bank Syari'ah, Hal ini disebabkan karena:

- Produk Bank Syari'ah belum banyak dikenal.
- Pesaing lebih intensif menggarap konsumen/ pembeli sehingga tertarik pada produk mereka.
- Konsumen tidak mengetahui kelebihan/ keunggulan produk Bank Syari'ah.

Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan penetrasi pasar:

- *Low price high volume.*
- Menambah lokasi (*blocking area*) atau menambah staf penjualan.
- Meningkatkan pelayanan yang cepat.
- Meningkatkan upaya pengiklanan produk Bank Syari'ah.
- Melakukan promosi penjualan: hadiah, bonus untuk anggota/ nasabah berprestasi..

Pengembangan Pasar

Strategi ini dilakukan bila konsumen/ nasabah yang telah ada dianggap jenuh, atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicarikan konsumen/ nasabah baru yang secara geografis/ demografis berbeda dengan pasar yang lama. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan pasar:

- Menambah lokasi atau kantor cabang didaerah lain.
- Strategi jemput bola pada konsumen atau calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar Bank Syari'ah.

Pengembangan Produk

Strategi ini menyangkut perubahan/ penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen/ nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk:

- Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan latent dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah yang akan datang.
- Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

Diversifikasi Produk

Strategi ini merupakan pengembangan produk baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar baru. Upaya yang dilakukan guna melakukan diversifikasi produk:

- Melakukan riset mengenai produk pasar/ konsumen baru.
- Membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dari strategi umum diatas dapat dijadikan pedoman untuk langkah selanjutnya dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan serta peluang dan ancaman yang dihadapinya dengan menggunakan analisis SWOT. Secara sederhana analisis SWOT dan langkah/ strategi apa yang akan diambil dapat dibantu dengan menggunakan tabel berikut:

	Kekuatan	Kelemahan
Peluang	I	II
Ancaman	III	IV

Tabel 2.2 Analisis SWOT Bank Syari'ah
Sumber: Muhammad, 2002, hal 1"

Dari alat bantu diatas dapat ditemukan formula yang tepat bagaimana:

Kuadran I:

Merupakan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada.

Kuadran II:

Merupakan strategi untuk meminimalisasikan bahkan menghapus kelemahan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada.

Kuadran III:

Merupakan strategi untuk meminimalisir ancaman eksternal yang ada dengan kekuatan yang dimiliki.

Kuadran IV:

Merupakan strategi untuk meminimalisir atau bahkan menghilangkan kelemahan yang dimiliki internal dalam mensikapi ancaman dari eksternal.

F. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Kotler (2000:88) merupakan evaluasi keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

SWOT merupakan akronim dari kata-kata "*Strength*, (Kekuatan), "*Weaknesses*,"(Kelemahan), "*Oportunities*," (Peluang), dan "*Threats* (Ancaman). Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubub suatu

organisasi termasuk satuan bisnis tertentu sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan. (Sondang P. S., 1995:172).

Lingkungan sendiri merupakan salah satu faktor terpenting untuk menunjang keberhasilan perusahaan dalam persaingan. Untuk membuat atau menentukan tujuan, sasaran dan strategi yang akan diambil, diperlukan suatu analisis secara mendalam serta menyeluruh mengenai lingkungan dimana perusahaan berada. Lingkungan tersebut dapat dibagi 2 (dua), yaitu: *lingkungan eksternal* (lingkungan luar perusahaan) dan *lingkungan internal* (lingkungan dalam perusahaan). Pembagian lingkungan ini lebih didasarkan pada besarnya kontrol atau pengaruh terhadap lingkungan-lingkungan tersebut.

- 1) ***Lingkungan Eksternal*** (lingkungan luar perusahaan) adalah suatu kekuatan yang berada diluar perusahaan dimana perusahaan tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya (*uncontroble*) sehingga perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja semua perusahaan dalam industri tersebut (Agustinus S. W., 1996:47).

Umumnya, suatu unit bisnis harus bisa memantau *kekuatan lingkungan makro* (demografi, teknologi, politik-hukum, sosial-budaya) dan *pelaku lingkungan mikro* utama (pelanggan, pesaing, saluran distribusi, pemasok) yang mempengaruhi kemampuannya memperoleh laba. Unit bisnis harus memiliki *sistem intelijen pemasaran* untuk mengikuti kecenderungan dan perkembangan penting yang terjadi. Untuk masing-masing kecenderungan perlu mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ditimbulkannya.

Peluang Pemasaran adalah suatu daerah kebutuhan pembeli dimana perusahaan dapat beroperasi secara menguntungkan. Peluang dapat digolongkan menurut *daya tariknya*, dan *kemungkinan keberhasilannya*.

Ancaman Lingkungan adalah tantangan akibat kecenderungan atau perkembangan yang kurang menguntungkan, yang akan mengurangi penjualan dan laba jika tidak dilakukan tindakan pemasaran *defensif*. Ancaman seharusnya dibagi menurut *tingkat keseriman* dan *kemungkinan terjadinya*.

Bila manajemen telah berhasil mengidentifikasi ancaman dan peluang utama yang dihadapi oleh unit bisnis tertentu, maka dapat dijabarkan sifat daya tarik unit bisnis tersebut secara keseluruhan. Ada empat hasil yang mungkin menurut Kotler (2000:88):

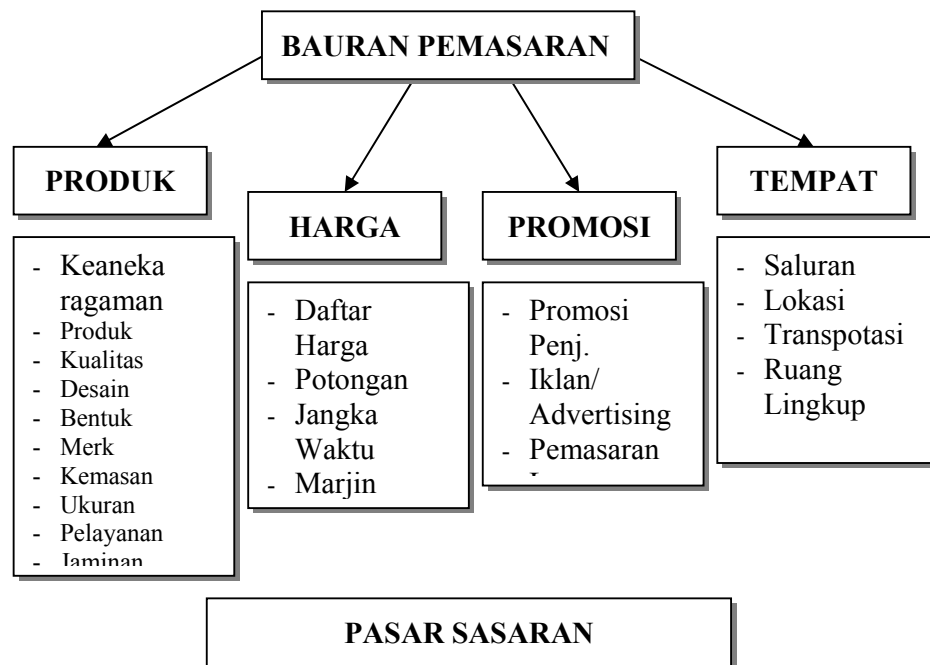
- Suatu *bisnis yang ideal* adalah yang memiliki peluang utama yang besar dan ancaman utamanya kecil.
- Suatu *bisnis yang spekulatif* adalah yang mempunyai peluang dan ancaman utama yang besar.
- Suatu *bisnis yang matang* adalah yang peluang maupun ancaman utamanya kecil.
- Suatu *bisnis yang bermasalah* adalah yang berpeluang kecil dan memiliki ancaman yang besar.

2) ***Lingkungan Internal*** (lingkungan dalam perusahaan) adalah lebih pada analisa intern perusahaan dalam rangka menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap divisi a.l. divisi keuangan, pemasaran, dan lain sebagainya (Agustinus S. W., 1996:49).

Selain mengetahui peluang yang menarik dilingkungannya, unit bisnis perlu juga memiliki keahlian yang dibutuhkan untuk berhasil memanfaatkan peluang tersebut. Setiap unit bisnis harus mengevaluasi kekuatan dan kelemahannya secara periodik.

G. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang terdiri dari aspek **produk, harga, lokasi (distribusi) dan promosi** yang diolah komposisinya menjadi ideal dan dipergunakan oleh lembaga dalam pasar sasaran untuk mencapai tujuannya. Sehingga strategi yang telah didapatkan melalui analisa SWOT secara spesifik terarah diterapkan pada bauran pemasaran melalui alat-alatnya tersebut. Secara sederhana hal-hal yang perlu diperhatikan dalam bauran pemasaran dapat dilihat pada ilustrasi berikut:



Gambar 2.4 Bauran Pemasaran Bank Syari'ah
Sumber: Muhammad, 2002, hal. 200

H. Pembiayaan

1. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan (Financing) merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberi fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-

pihak yang merupakan *definisi unit*. (Antonio, 2001:160).

3. *Pembiayaan Mudharabah*. Pembiayaan dengan **akad syirkah**. Adalah suatu perjanjian pembiayaan antara Bank Islam dan nasabah dimana Bank Islam menyediakan dana untuk penyediaan modal kerja sedangkan peminjam berupaya mengelola dana tersebut untuk pengembangan usahanya. Jenis usaha yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan adalah usaha-usaha kecil seperti pertanian, industri rumah tangga, dan perdagangan. Adapun yang dijadikan landasan syari'ah dari Mudharabah, adalah Q.S. al-Muzammil, ayat 20:

الله فضل من يبتغون الأرض في يضربون وآخرون

Terjemahnya: ... dan orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah ... (Depag. RI., 2000:459)

4. *Pembiayaan Musyarakah*. Pembiayaan dengan **akad syirkah**. Adalah penyertaan Bank Islam sebagai pemilik modal dalam suatu usaha yang mana antara resiko dan keuntungan ditanggung bersama secara berimbang dengan porsi penyertaan. Adapun yang dijadikan landasan syari'ah dari Musyarakah, adalah Q.S. as-Shad, ayat 24:

الذين إلا بعض على بعضهم ليبغى الخطاء من وإن

قلى ما هم وفليل الصلت و عملوا امنوا

Terjemahnya: ... dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat dhalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang shaleh; dan amat sedikitlah mereka ini. (Depag. RI., 2000:363)

5. *Al-Ijarah*, merupakan talangan dana sepenuhnya kepada nasabah dalam rangka untuk pengadaan barang ditambah dengan keuntungan yang disepakati dengan sistem pembayaran sewa tanpa diakhiri dengan pemilikan.
6. *Bai'u Takhrij*, pembiayaan penuh yang merupakan talangan dana untuk pengadaan barang ditambah keuntungan yang disepakati dengan sistem pembayaran sewa yang diakhiri dengan pemilikan.

Adapun yang dijadikan landasan syari'ah dari Al-Ijarah dan Bai'u Takhrij, adalah Q.S. al-Qashash, ayat 26:

الأمين الفوى استأجرت إنخير من صلى اسنأجره إحد همايابت قلت

Terjemahnya: *Salah seorang dari kedua wanita itu berkata, "Ya bapakku, ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang-orang yang kuat lagi dapat dipercaya"* (Depag. RI.,2000:310).

7. Pembiayaan *Al-qardhul Hasan*. Pembiayaan dengan **akad ibadah**. Adalah perjanjian pembiayaan antara Bank Islam dengan nasabah. Hanya nasabah yang layak yang dapat diberi pinjaman ini. Kegiatan yang dimungkinkan untuk diberikan pembiayaan ini adalah nasabah yang terdesak dalam melakukan kewajiban-kewajiban non usaha atau pengusaha yang menginginkan usahanya bangkit kembali yang oleh karena ketidakmampuannya untuk melunasi kewajiban usahanya.

Adapun yang dijadikan landasan syari'ah dari Al-Qardhul Hasan, adalah Q.S. al-Hadid, ayat 11:

أجر كريم وله له فيضعفه حسنا فرضا الله ذالذى يفرض من

Terjemahnya: *"Siapakah yang mau meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, maka Allah akan melipatgandakan (balasan) pinjaman itu untuknya dan dia akan memperoleh pahala yang banyak"* (Depag. RI., 2000:31)

Menurut sifat penggunaannya pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal

(Antonio, 2001:160):

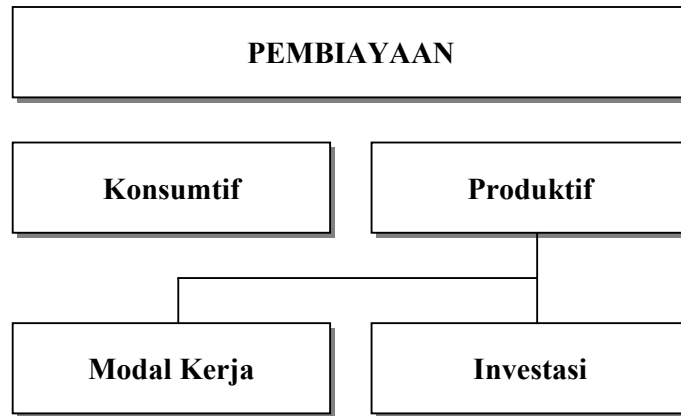
1. **Pembiayaan produktif**, pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
2. **Pembiayaan konsumtif**, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk memenuhi kebutuhan.

Sedang menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat, dibagi menjadi dua hal:

1. **Pembiayaan modal kerja**, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan:
 - (a) peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi; dan (b) untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.

2. *Pembiayaan investasi*, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal-modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

Secara umum, jenis-jenis pembiayaan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.5 Jenis-jenis Pembiayaan
Sumber: Antonio, 2001, hal 161

Dalam kegiatan penyaluran dana Bank Syari'ah melakukan investasi dan pembiayaan. Disebut investasi karena prinsip yang digunakan adalah prinsip penanaman dana atau penyertaan, dan keuntungan yang akan diperoleh bergantung pada kinerja usaha yang menjadi obyek penyertaan tersebut sesuai dengan *nisbah* bagi hasil yang telah diperjanjikan sebelumnya. Disebut pembiayaan karena Bank Syari'ah menyediakan dana guna membiayai kebutuhan nasabah yang memerlukannya dan layak memperolehnya. Investasi dan pembiayaan disebut juga dengan istilah '*pembiayaan*' (Arifin, 2002: 217).

3. Analisis Pembiayaan

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam analisis pembiayaan di Bank Syari'ah adalah sebagai berikut:

a. Pendekatan analisis pembiayaan

- Pendekatan jaminan.
- Pendekatan karakter.
- Pendekatan kemampuan pelunasan.
- Pendekatan dengan studi kelayakan.
- Pendekatan fungsi-fungsi bank.

b. Prinsip Analisis Pembiayaan

Prinsip Analisis Pembiayaan didasarkan pada rumus 5 C, yaitu:

- *Character* artinya sifat atau karakter nasabah pengambil pinjaman.
- *Capacity* artinya kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha dan mengembalikan pinjaman yang diambil.
- *Capital* artinya besarnya modal yang diperlukan peminjam.
- *Colateral* artinya jaminan yang telah dimiliki yang diberikan peminjam kepada bank.
- *Condition* artinya keadaan usaha atau nasabah prospek atau tidak.

Prinsip 5 C tersebut terkadang ditambahkan dengan 1 C, yaitu *Constraint* artinya hambatan-hambatan yang mungkin mengganggu proses usaha.

c. Tujuan Analisis Pembiayaan

Analisis Pembiayaan memiliki dua tujuan, yaitu: tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum analisis pembiayaan adalah: Pemenuhan jasa pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat dalam rangka mendorong dan melancarkan perdagangan, produksi, jasa-jasa, bahkan konsumsi yang kesemuanya ditujukan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Sedang tujuan khusus analisis pembiayaan adalah:

- Untuk menilai kelayakan usaha calon peminjam.
- Untuk menekan resiko akibat tidak terbayarnya pembiayaan.
- Untuk menghitung kebutuhan pembiayaan yang layak.

d. Prosedur Analisis Pembiayaan

Aspek-aspek penting dalam analisis pembiayaan yang perlu dipahami oleh pengelola Bank Syari'ah, adalah:

1. Berkas dan catatan.
2. Data pokok dan analisis pendahuluan.
 - Realisasi pembelian, produksi dan penjualan
 - Rencana pembelian, produksi dan penjualan
 - Jaminan
 - Laporan keuangan
 - Data kualitatif dan' calon debitur
3. Penelitian data.
4. Penelitian atas rencana usaha.
5. Penelitian dan penilaian barang jaminan.
6. Laporan keuangan dan penelitiannya.

e. Keputusan Pernohonan Pembiayaan

1. Keputusan Permohonan Pembiayaan
2. Wewenang pengambilan keputusan

f. Aspek Yang Dianalisis

Beberapa aspek yang perlu diperhatikan oleh pejabat bank dalam melakukan analisis pembiayaan (Anonymous, 1993:58), diantaranya:

1. Aspek yuridis.
2. Calon debitur cakap hukum.
3. Usahanya tidak liar.
4. Aspek pemasaran.
5. Siklus hidup produk.
6. Produk substitusi.
7. Perusahaan pesaing.
8. Tingkat kemampuan daya beli masyarakat
9. Program promosi.
10. Daerah pemasarannya.
11. Faktor musim.
12. Manajemen pemasaran.
13. Kontrak penjualan.
14. Aspek teknis.
15. Lokasi usaha.
16. Fasilitas gedung bangunan usaha.

17. Mesin-mesin yang dipakai.
18. Proses produksi.
19. Aspek keuangan.
20. Kemampuan memperoleh untung.
21. Sisa-sisa pinjaman dengan pihak lain.
22. Beban rutin diluar kegiatan usaha.
23. Arus cash (*Cash Flow*).
24. Aspek jaminan.
25. Syarat-syarat jaminan.
26. Syarat ekonomis.
27. Syarat yuridis.

g. Alat Analisis

Alat analisis pembiayaan dapat berupa angket.

h. Rutnusan Hasil Analisis

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam perumusan hasil analisis pembiayaan:

1. Identitas pemohon.
2. Umur calon antara 22-50 tahun.
3. Alamat rumah jelas, jika kontrak: masih berapa tahun calon kontrak.
4. Diusahakan rumah calon dekat berada di wilayah kerja Bank Syariah yang bersangkutan.
5. Identitas usaha.
6. Pengalaman usaha minimal 2 tahun.
7. Lokasi usaha strategis.
8. Status usaha bukan sambilan.
9. Status tempat usaha diprioritaskan milik sendiri.
10. Aspek pasar.
11. Barang yang dijual/ diproduksi tidak terlalu banyak pesaing dan memang banyak orang. Upaya kreatif dan inovatif perlu dimiliki agar dapat dimasuki sekaligus dapat memperoleh untung.
12. Sumber bahan baku.
13. Sumber bahan baku yang dipakai mudah diperoleh, cukup murah, dan jika memungkinkan dapat didaur ulang.
14. Aspek kepala sekolah.
15. Mempunyai perencanaan usaha kedepan yang detail.
16. Mempunyai pengalaman dan tenaga terampil.
17. Mempunyai catatan usaha, seperti: buku jurnal, laporan transaksi, catatan laba/ rugi, dll.
18. Aspek ekonomi.

19. Produk yang diproduksi dan dijual tidak merusak lingkungan, baik barang jadi maupun limbahnya.
20. Produk yang dibuat tidak dilarang oleh agama maupun negara.
21. Permodalan.
22. Peminjam harus mempunyai modal minimal 30 % dari pembiayaan yang diajukan ke Bank Syari'ah.
23. Data keuangan.
24. Korelasi persentase kemampuan membayar anggota pembiayaan harus 30 % dari kemampuan menabungnya.

i. Rekomendasi Analisis

Gambaran kesimpulan rekomendasi analisis pembiayaan di Bank Syari'ah

dapat disimpulkan sebagai berikut:

Form Rekomendasi Pembiayaan:

Petugas Penganalisis:

Tanggal:

ASPEK	KONDISI
(1) KARAKTER ANG4GO'FA	
1. Apakah bersikap tenang dan terbuka?	Ya/ Tidak
2. Apakah rumah tangganya rukun dan tenteram?	Ya/ Tidak
3. Apakah dikenal baik oleh RT/Ulama'?	Ya/ Tidak
4. Apakah kondisi ekonominya baik/meningkat?	Ya/ Tidak
5. Apakah tepat janji?	Ya/ Tidak
6. Apakah anggota pengajian?	Ya/ Tidak
(2) ASPEK KELAYAKAN USAHA	
1. Apakah merupakan usaha pokok?	Ya/ Tidak
2. Telah memiliki pengalaman usaha yang sama?	Ya/ Tidak
3. Apakah bahan mudah diperoleh?	Ya/ Tidak
4. Apakah prospek pasar bagus?	Ya/ Tidak
5. Telah memiliki pelanggan tetap?	Ya/ Tidak
6. Apakah usaha sejenis di sekitar telah banyak?	Ya/ Tidak
7. Apakah omsetnya stabil?	Ya/ Tidak
8. Persentase keuntungan diatas 20 %?	Ya/ Tidak
9. Apakah pemohon mengalami kendala dalam usaha?	Ya/ Tidak
(3) KEMAMPUAN PENGEMBALIKAN PINJAMAN	
1. Apakah kewajiban angsuran < 1/3 penerimaan kas?	Ya/ Tidak
2. Aset usaha > pinjaman?	Ya/ Tidak
3. Tingkat keuntungan layak disbanding mark-up?	Ya/ Tidak
(4) MODAL USAHA	
1. Modal sendiri < 30 % dari nilai pinjaman?	Ya/ Tidak
2. Tidak memiliki pinjaman lain?	Ya/ Tidak
3. Pinjaman akan dipakai usaha?	Ya/ Tidak
(5) JAMINAN	
1. Suami isteri/anak bersedia ikut akad?	Ya/ Tidak
2. Bersedia menyerahkan pinjaman?	Ya/ Tidak
3. Nilai jaminan lebih tinggi dari pinjaman?	Ya/ Tidak

4. Ada penjamin? 5. Bersedia infaq?	Ya/ Tidak Ya/ Tidak
(6) KONDISI EKONOMI 1. Pasang surut harga tidak membahayakan usaha? 2. Tidak ada larangan pemerintah tentang produk? 3. Tidak ada larangan pemerintah tentang tempat? 4. Pemasaran produk tersebut tidak sporadis? 5. Tidak ditentang adat istiadat setempat? 6. Usaha tidak mengganggu kesehatan dan lingkungan?	Ya/ Tidak Ya/ Tidak Ya/ Tidak Ya/ Tidak Ya/ Tidak Ya/ Tidak
KESIMPULAN Kesimpulan dari data kuisioner analisis harus menunjukkan jawaban positif "YA" (untuk seluruh pertanyaan). Jika ada salah satu dijawab "TIDAK", maka harus dipertimbangkan lagi dengan sebaik-baiknya dengan data-data tambahan lain yang mungkin dapat diperoleh.	Ya/ Tidak

Tabel 2.3 Rekomendasi Analisis Pembiayaan Bank Syari'ah

Sumber: Anonimous, *Pedoman Pengelolaan Bank Syariah*, Jakarta: LPPBS, 1993, h. 62-65.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani yang terletak di Jl. Dewi Sartika No. 10 Batu.

B. Sifat dan Jenis Penelitian

1. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif*. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada, masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (M. Nazir, 1999:63).

2. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian studi kasus, atau penelitian kasus (*Case Study*), adalah penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu face spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas (Maxfield, 1930, dalam M. Nazir, 1999: 66).

Adapun tujuan dari penelitian studi kasus menurut M. Nazir (1999: 66-67) adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail

tentang latar belakang, ataupun status dari individu, yang kemudian, dari sifat-sifat khas diatas akan dijadikan suatu hal yang bersifat umum.

C. Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan data dan sumber pengambilan data di atas, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data:

1. *Studi Kepustakaan*, yakni mendapatkan data dengan cara mempelajari dasar-dasar teori maupun data-data praktis dari literatur-literatur, majalah, dan lain sebagainya.
2. *Studi Lapangan*, meliputi:

- a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan pihak yang bersangkutan. Dalam hal ini penulis mengadakan wawancara dengan Direksi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dan staf karyawan lain yang bersangkutan.

- b. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengambilan data dengan menggunakan pengamatan langsung tanpa ada pertolongan alat standart lain untuk keperluan tersebut.

- c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang dipakai untuk mencari data mengenai hal-hat atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, laporan-laporan, dan lain sebagainya.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang penulis gunakan adalah teknik analisa SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, and Treats*) yakni: analisis mengenai lingkungan baik internal maupun eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan maupun peluang dan ancaman bagi perusahaan.

- *Strength*, merupakan suatu alat untuk menganalisis kekuatan apa yang mendukung kegiatan pencapaian tujuan dari perusahaan.
- *Weaknesses*, merupakan suatu kelemahan perusahaan yang perlu mendapat perhatian, pembenahan, dan perbaikan.
- *Opportunities*, merupakan suatu peluang yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai sasaran,
- *Treats*, merupakan suatu ancaman yang dapat membahayakan usaha pencapaian tujuan dari perusahaan.

Dari analisis lingkungan internal perusahaan, dapat diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan sehingga dapat disusun langkah-langkah untuk mengoptimasi kekuatan-kekuatan dan mengeliminasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki perusahaan. Sedang dari analisis lingkungan eksternal perusahaan, dapat diketahui peluang dan ancaman bagi perusahaan yang kemudian akan dapat memanfaatkan peluang sebaik mungkin serta menghindari atau bahkan menghilangkan ancaman tersebut.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Dengan semakin meningkatnya kebutuhan umat Islam akan adanya lembaga keuangan yang bernafaskan Islam, dan mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, maka merupakan sebuah peluang yang harus di cermati di samping sebagai sarana dakwah dalam menyebarkan (*syiar*) ajaran Islam. Realitas tersebut menggugah inisiatif Dr. H. Roeslan Djaelani dan Dra Hj Betty Machmud untuk memprakarsai berdirinya Bank Syari'ah.

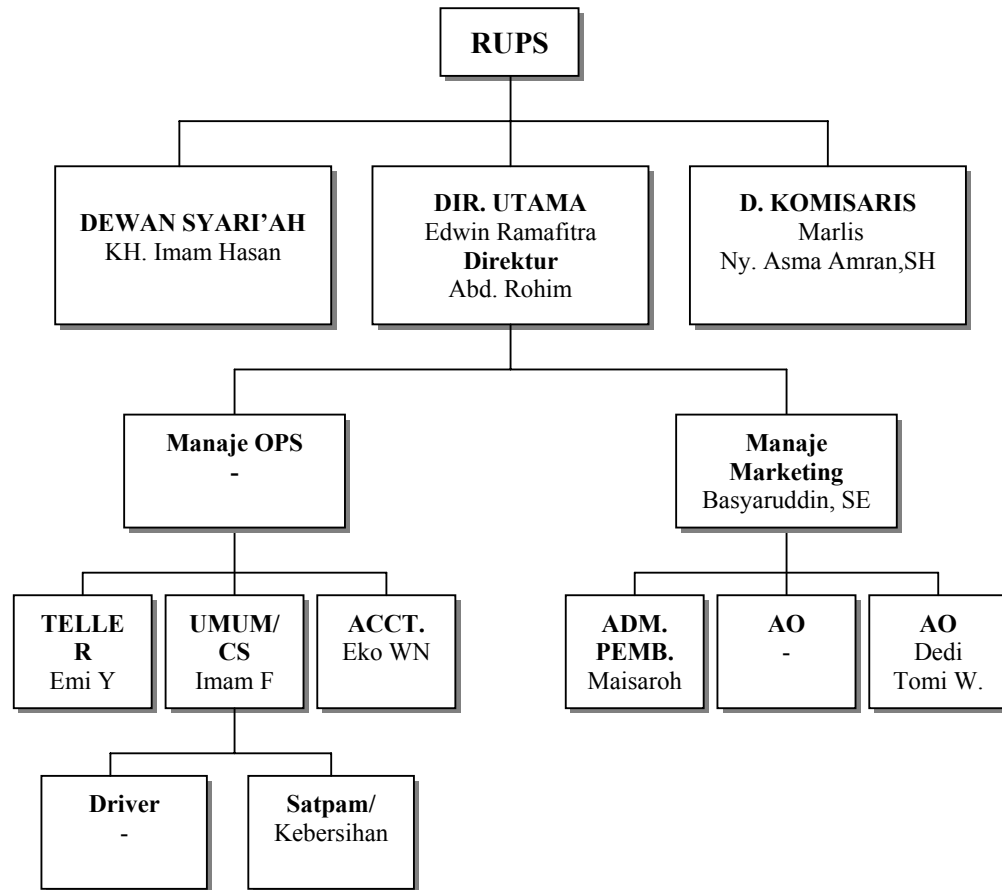
Dengan mengajukan izin prinsip pendirian Bank Syari'ah, PT. BPRS Bumi Rinjani Batu berdiri pada tanggal 05 Ooktober 2001 sesuai dengan ketetapan Departemen Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI, Keputusan Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI No. C- 17734 HT. 01. 01. Th. 2002 Tentang pengesahan akta pendirian Perseroan Terbatas Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia RI bahwa mengesahkan akta pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Bumi Rinjani Batu NP. WP. 02. 212. 396.2.628.000 berkedudukan di Batu sesuai format isian akta notaris model I yang tersimpan dalam database, salinan akta nomor 51, tanggal 05 Oktober 2001 yang dibuat oleh notaris Asrul Hakim, SH. yang berkedudukan di Kapanjen.

Selanjutnya sesuai dengan surat keputusan deputi Gubernur BI NO. 4/164/ KEP. DPG/ 2002 tanggal 31 oktober 2002 telah disetujui izin usaha kepada PT. BPRS Bumi Rinjani Batu dan mulai beroperasi tanggal II November 2002.

Dengan sistem yang bebas riba, namun tetap *insya'allah* menguntungkan, memberi kenyamanan, keamanan, keadilan serta kepercayaan, sehingga tercipta umat yang amanah dalam bermu'amalah.

Selain itu keberadaan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu diharapkan mampu meratakan kualitas ekonomi umat, sehingga dapat menghindarkan kesenjangan sosial, mempererat kerjasama tali silaturahmi, dengan cara meningkatkan hubungan kerjasama dalam bidang usaha untuk kemaslahatan bersama.

2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, 2004

3. Job Discription

DEWAN PENGAWAS SYARFAH

Jabatan: Dewan syari'ah

Tugas dan tanggung jawab:

- (1) Mengawasi dan mengevaluasi sistem operasi produk-produk Bank dan tidak menyalahi konsep Syari'ah Islam serta memberi keputusan berlaku tidaknya produk-produk yang barn diciptakan.

- (2) Membantu bagian Marketing dalam merancang produk-produk yang sesuai dengan Syari'ah Islam.
- (3) Mengevaluasi kebijakan-kebijakan Bank yang baru ditetapkan Direksi.
- (4) Menghadiri pertemuan bulanan pada hari Jum'ah minggu terakhir dengan komisaris atau pemegang saham dan Direksi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.

DEWAN KOMISARIS

Bertugas, mengawasi dan mengarahkan operasional yang dilaksanakan oleh Direksi agar tetap mengikuti kebijaksanaan Bank seperti tercantum dalam Undang-undang Perbankan maupun Anggaran Dasar.

Tugas dan tanggung jawab:

- (1) Mempertimbangkan, menyempurnakan dan mewakili para pemegang saham dalam memutuskan perumusan umum kebijaksanaan Bank yang baru diusulkan oleh Direksi untuk dilaksanakan Bank pada masa yang akan datang.
- (2) Menyelenggarakan Rapat Umum Luar Biasa para pemegang saham dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban Direksi.
- (3) Mempertimbangkan dan menyetujui Rancangan Anggaran Perusahaan dan Rencana Kerja untuk tahun buku yang baru diusulkan Direksi.
- (4) Mempertimbangkan dan memutuskan permohonan pembiayaan yang diajukan kepada Bank yang jumlahnya melebihi jumlah maksimum yang dapat diputuskan Direksi.
- (5) Menyetujui atau menolak jenis pelayanan baru yang dapat diberikan Bank kepada masyarakat atas usul Direksi.
- (6) Menyetujui semua hal yang menyangkut perubahan-perubahan modal dan pembagian laba.
- (7) Ikut bergabung dengan komite pembiayaan setiap dua minggu sekali di kantor.
- (8) Mengadakan pertemuan setiap bulan sekali dengan Dewan Pengawas Syan'ah dan Direksi pada hari Jum'ah minggu terakhir.

DIREKSI

Terdiri dari seorang Direktur Utama dan seorang Direktur.

Direksi memimpin serta mengawasi kegiatan Bank sehari-hari dengan kebijaksanaan umum yang telah disetujui Dewan Komisaris dalam meningkatkan tujuan perusahaan.

Tugas dan tanggung jawab:

a. Direktur Utama

- (1) Bank dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari dipimpin oleh seorang Direktur Utama.
- (2) Direktur utama dalam menjalankan tugasnya melaksanakan kebijaksanaan Bank sehari-hari mengikuti kebijaksanaan umum yang digariskan oleh komisaris.
- (3) Memimpin, mengkoordinasikan semua kegiatan Bank dan bertindak mewakili Bank di dalam dan di luar.
- (4) Membina tugas-tugas dalam lingkungan Bank untuk pengembangan pengetahuan kerja, keterampilan dan sikap kerja. (pengembangan SDM karyawan).
- (5) Menjalin serta menjaga keharmonisan hubungan kerjasama dengan lembaga-lembaga perbankan, instansi-instansi pemerintah, demikian pula badan-badan swasta dan masyarakat pada umumnya yang berada dilingkungan wilayahnya.
- (6) Mewakili Dewan Komisaris berdasarkan suatu kuasa khusus, untuk melaksanakan tindakan-tindakan hukum tersendiri dalam rangka pengamatan kredit atau pelunasan utang debitur serta tindakan-tindakan hukum lainnya yang berhubungan dengan kegiatan kegiatan usaha Bank.
- (7) Menyusun dan mengusulkan Perancangan Anggaran Perusahaan dan Rencana Kerja untuk tahun buku yang baru. kepada Dewan Komisaris.
- (8) Turut menandatangani Surat-Surat usaha yang telah diberi nomor urut sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan dalam Anggaran Dasar Perseroan.
- (9) Menyetujui pemindahtanganan saham-saham kepada pembeli baru yang mana ditujukan atau dipilih oleh pemegang saham lama, setelah mengikuti prosedur yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar mengenai pemindahtanganan saham-saham.
- (10) Mengundang Pemegang Saham untuk menghadiri Rapat Pemegang Saham.
- (11) Mengajukan kepada Dewan Komisaris, jenis pelayanan baru yang dapat diberikan kepada masyarakat untuk disetujui.
- (12) Menyetujui besarnya gaji tunjangan lainnya yang harus dibayarkan kepada para pejabat dan pegawai Bank.

b. Direktur

- (1) Mengawasi dan mengendalikan semua kegiatan Bank sehingga pelaksanaannya sesuai dengan ketentuan tata kerja dan prosedur yang berlaku.
- (2) Menjaga likuiditas perusahaan dan kas ratio/ uang kontan terpelihara cukup baik untuk kepentingan intern Bank maupun pihak luar serta tidak berada dibawah ketentuan-ketentuan minimum yang diwajibkan.

- (3) Mengadakan penyelesaian perhitungan utang piutang yang terjadi sehingga sejauh mungkin terhindar kemungkinan kerugian Bank sebagai akibat penyelesaian yang ditempuh.
- (4) Menjaga dan memelihara termasuk tata usaha yang diperlukan atas, seluruh karyawan Bank dengan tertib dan teratur sehingga terhindar dari kemungkinan kerusakan dan kehilangan.
- (5) Menjaga dan mengusahakan tersedianya dengan cukup fasilitas-fasilitas, seperti alat-alat tulis-menulis, barang-barang cetakan serta perlengkapan lain yang diperlukan.
- (6) Menyetujui dan menetapkan penarikan dan penyetoran keuangan Bank pada, lembaga-lembaga keuangan lainnya baik secara tunai maupun pemindahbukuan.
- (7) Menetapkan cara-cara penagihan kembali atas pembiayaan yang ternyata cidera janji/ menunggak secara efektif dan efisien.
- (8) Menilai prestasi kerja/ kegiatan dan tindakan-tindakan lainnya setiap pegawai Bank untuk kemudian mengusulkan lebih jauh sesuai ketentuan dan prosedur kepegawaian yang berlaku.
- (9) Melimpahkan/ pendelegasian wewenang dan atau sebagian wewenang kepada Kepala Bagian manajer dalam hal Direktur berhalangan menjalankan tugasnya sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang ditetapkan Bank Indonesia.
- (10) Mengambil langkah-langkah penertiban personalia dalam arti luas yang dipandang perlu guna menjamin disiplin dan tertib kerja sesuai kebijaksanaan kepegawaian dan batas-batas wewenang yang dimiliki.

c. Direktur Utama Bersama-sama Direktur

- (1) Menetapkan, memutuskan dan menyetujui serta memerintahkan pembayaran dalam rangka realisasi pemberian kredit kepada calon calon nasabah Bank dalam batas-batas wewenang yang berlaku dan sesuai dengan tata kerja dan prosedur yang berlaku. Dalam hal ini termasuk pula penolakan permintaan kredit yang sesuai dengan pokok kebijaksanaan/ persyaratan yang berlaku.
- (2) Mengadakan penilaian atas, analisa kredit yang disusun oleh Kepala Bagian Kredit dan Pemasaran untuk kemudian membuat rekomendasi kepada komisaris dalam hal permintaan kredit tersebut berada diluar wewenang Direktur.
- (3) Bertanggung jawab penuh atas wewenang yang diberikan dalam menjalankan usaha Bank yang telah digariskan oleh Dewan Komisaris dan ketentuan-ketentuan Perbankan umumnya.
- (4) Menandatangani bersama surat-surat yang secara resmi dikeluarkan oleh Bank yang bersangkutan kepada, pihak-pihak luar.

MANAGER REMEDIAL

Jabatan: Manager

Bertanggung jawab: Dewan Direksi

Membawahi Langsung: Legal/ Investigasi

Ringkasan Pekerjaan:

Memimpin, mengawasi langsung dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian Remedial, serta memberikan laporan secara berkala atas hasil pekerjaannya kepada Direksi.

Tugas dan Tanggung Jawab:

- (1) Bagi pembiayaan yang sudah mengarah kepada non performing (kolektibilitas 2, 3, 4), agar dilakukan upaya dan langkah-langkah penagihan secara intensive.
- (2) Bagi pembiayaan yang sudah bermasalah, harap dilakukan langkah-langkah pengamanan yang sesuai dengan ketentuan.
- (3) Membuat administrasi secara tertib dan sesuai dengan ketentuan-ketentuan mengenai tingkat kolektibilitas pembiayaan maupun perhitungan Earning Assets Ratio (EAR).
- (4) Mengkaji ulang atas program kerja dibidang pembiayaan tahun yang berjalan.
- (5) Menyusun program kerja pembiayaan untuk tahun yang akan datang.
- (6) Selalu mengikuti ketentuan-ketentuan dan peraturan dibidang pembiayaan.
- (7) Selalu memonitor Kualitas Aktiva Produktif (KAP), agar tingkat kesehatan Bank dapat terjaga.
- (8) Secara periodik (bulanan) membentuk Cadangan Penghapusan Debitur sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- (9) Selalu koordinasi dengan instansi lain yang terkait misalnya Pertahanan Nasional, Kantor Pengadilan Negeri, BPUPLN, dan sebagainya.
- (10) Bertanggung jawab atas seluruh pelaksanaan tugas-tugasnya kepada Direksi.
- (11) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direksi.
- (12) Selalu bekerjasama dengan Manager Marketing tentang kendala-kendala yang dihadapi, juga memberikan data-data nasabah yang masuk golongan dalam daftar Remedial.

MANAGER MARKETING

Jabatan: Manager

Bertanggung Jawab: Dewan Direksi

Membawahi Langsung: Account Officer

Adm. Pembiayaan dan Legal

Ringkasan Pekerjaan:

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksananya kelancaran kerja dibagian marketing, serta memberikan laporan berkala atas hasil pekerjaan kepada Direksi.

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Mengawasi dan mengkoordinir bagian-bagian yang berada dibawahnya.
- (2) Memantau perkembangan/ kemajuan nasabah pinjaman/ dana.
- (3) Membantu terlaksananya tugas Direksi dalam bidang marketing.
- (4) Mengkaji ulang atas program kerja dibidang pembiayaan/ dana.
- (5) Mencari sumber dana dengan melihat kemungkinan dan peluang dana murah yang dapat dihimpun dari masyarakat.
- (6) Melakukan survey dan analisa yang mengajukan pembiayaan.
- (7) Melakukan koordinasi dengan AO tentang nasabah yang mendapat fasilitas pembiayaan untuk segera melakukan angsuran.
- (8) Mengetahui dengan pasti bahwa produk atau jasa yang telah diberikan oleh Bank kepada nasabahnya benar-benar memenuhi kebutuhan.
- (9) *Me-maintenance* dan menjaga hubungan baik dengan kreditur dan debitur.
- (10) Melakukan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh Direksi.

KOORDINATOR WILAYAH

Jabatan: Koordinator wilayah

Bertanggung jawab kepada: Manager Marketing

Ringkasan Pekerjaan:

Memasarkan produk-produk Bank yang sesuai dengan Syari'ah Islam kepada masyarakat dengan service yang tinggi.

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Mencari sumber dana dengan melalui kemungkinan-kemungkinan dan peluang dana murah yang dapat dihimpun dari masyarakat.
- (2) Mencari calon kreditur/ debitur yang potensial.
- (3) Melakukan survey dan analisa ke nasabah yang mengajukan pembiayaan.
- (4) Melakukan koordinasi dengan Marketing tentang nasabah yang mendapat fasilitas pembiayaan untuk segera melakukan angsuran.

- (5) *Me-maintenance* dan menjaga hubungan baik dengan kreditur dan debitur.
- (5) Mengetahui dengan pasti bahwa produk atau jasa yang telah diberikan oleh Bank kepada para nasabahnya benar-benar memenuhi ketentuan.
- (6) Melakukan tugas-tugas Marketing lainnya yang diberikan oleh Direksi.

MARKETING

Jabatan: Staff Marketing

Bertanggung jawab: Manager Marketing

Ringkasan Pekerjaan:

Membantu tugas Koordinator Wilayah dalam memasarkan produk-produk Bank yang sesuai dengan Syari'ah Islam kepada masyarakat dengan service yang tinggi.

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Melayani nasabah di wilayah masing-masing, baik nasabah tabungan, deposito, maupun nasabah pembiayaan.
- (2) Mencari sumber dana dengan melihat kemungkinan-kemungkinan dan peluang dana murah yang dapat dihimpun dari masyarakat.
- (3) Mencari calon kreditur/ debitur/ debitur yang potensial.
- (4) Melakukan koordinasi dengan Manager Marketing tentang nasabah yang mendapat fasilitas pembiayaan untuk segera melakukan angsuran.
- (5) *Me-maintenance* dan menjaga hubungan baik dengan kreditur maupun dengan debitur.
- (6) Mengetahui dengan pasti bahwa produk atau jasa yang telah diberikan oleh Bank kepada nasabahnya benar-benar memenuhi kebutuhan.
- (7) Melakukan tugas-tugas Marketing lainnya yang diberikan oleh Direksi maupun oleh Manager Marketing.

DANA/ PEMBIAYAAN

Jabatan: Staf Baglan Dana/ Pembiayaan

Bertanggungjawab kepada: Manager Marketing

Ringkasan Pekerjaan:

Memasarkan produk-produk Bank yang sesuai dengan Syari'ah Islam kepada masyarakat dengan *service* yang tinggi terutama dalam perolehan dana pihak ketiga baik itu tabungan maupun deposito.

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Mencari sumber dana dengan melihat kemungkinan dan peluang dana murah yang dapat dihimpun dari masyarakat.
- (2) Mencari calon debitur yang potensial.
- (3) Selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah.
- (4) Mengetahui dengan pasti produk atau jasa yang telah diberikan oleh Bank kepada para debitur.
- (5) Melakukan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh Direksi.

MANAGER OPERASIONAL

Jabatan: Manager

Bertanggung jawab: Dewan Direksi

Membawahi langsung: *Cash dan Teller*

Accounting

Personalia Umum

Ringkasan Pekerjaan:

Memimpin, mengawasi dan bertanggung jawab atas terlaksanakannya kelancaran kerja dibagian operasi, serta memberikan laporan berkala atas hasil pekerjaan kepada Direksi.

Tugas dan Tanggug jawab:

- (1) Mengawasi dan mengkoordinir bagian-bagian yang berada dibawahnya.
- (2) Membantu terlaksananya tugas Direksi dan bagian-bagian lainnya dalam pengadaan sarana operasi dan fasilitas-fasilitas lainnya.
- (3) Membantu perkembangan asset dan likuiditas lainnya.
- (4) Melakukan *Checker* terhadap transaksi yang sesuai dengan ketentuan perusahaan.

Wewenang.

- Mengarahkan personil untuk kelancaran operasional.
- Mengawasi sistem prosedur operasional yang dijalankan.

CASH DAN TELLER

Jabatan: Staff Cash dan Teller

Bertanggung jawab kepada: Direksi

Ringkasan Pekerjaan:

Melaksanakan seluruh aktivitas yang berhubungan dengan transaksi kas, mengatur dan bertanggung jawab atas semua pelaksanaan administrasi dan laporan perincian kas setiap hari.

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat, cermat dan ramah.
- (2) Mengatur dan bertanggung jawab atas dana kas yang tersedia, surat-surat berharga lainnya: *Chegue, Bilyet Giro*, buku tabungan milik Bank yang dipercayakan untuk disimpan.
- (3) Bertanggung jawab atas kecocokan saldo akhir uang tunai pada, *box teller* di akhir hari.
- (4) Menerima, menyusun serta menghitung secara hati-hati setiap setoran tunai, tarikan tunai dan sebagainya dari para nasabah untuk disimpan.
- (5) Mengatur dan menyimpan pengeluaran uang berdasarkan tarikan tunai dari nasabah.
- (6) Menandatangani formulir-formulir serta slip setoran tunai dari nasabah.
- (7) Membubuhi cap "Tunai", "Verivikasi" dan cap-cap lain pada setiap dokumen pembayaran yang diungkapkan atau diterima kas.
- (8) Mengurus pengeluaran uang kas untuk pinjaman yang telah disetujui oleh bagian administrasi.
- (9) Melaksanakan tugas-tugas lain dalam membantu tugas operasi yaitu bagian tabungan, deposito, dan pembiayaan.

Tugas sesuai sistem:

- (1) Menyiapkan/ menghidupkan komputer sebelum pekerjaan dimulai.
- (2) Menyiapkan peralatan teller untuk verivikasi (stempel, sinar ultraviolet dan sebagainya).
- (3) Memeriksa slip setoran dan slip tarikan direfikasi.
- (4) Meng-*input* slip setoran dan slip tarikan kedalam komputer.
- (5) Memberikan slip-slip kepada bagian *accounting* untuk diotorisasi.
- (6) Mencocokkan mutasi harian dan perincian uang tunai dengan fisik uang yang ada.

ACCOUNTING

Jabatan: Staff bagian Accounting

Bertanggung jawab kepada: Direksi

Ringkasan pekerjaan:

Mengawasi dan bertanggung jawab atas kelengkapan dana dan bukti-bukti mutasi untuk kebenaran pencatatan transaksi sesuai dengan prinsip, akuntansi Indonesia serta membuat laporan untuk Bank Indonesia tepat pada waktunya.

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Mengotorisasi slip-slip transaksi dari kasir dan dari semua bagian (yang *meng-input* data).
- (2) Membantu membuat OB-an untuk transaksi yang ada.
- (3) Melakukan perhitungan pendapatan dan perhitungan bagi hasil setiap akhir bulan.

- (4) Membuat laporan keuangan (neraca, rugi, laba), Rekap General Ledger dan mutasi harian.
- (4) Mencetak daftar transaksi harian, daftar subledger rekapitulasi rekening per akhir bulan.
- (5) Membuat laporan bulanan, laporan BMPK, laporan saldo rekening dana pihak III dan sebagainya.
- (6) Memeriksa dan menyimpan bukti-bukti transaksi harian kepada Direksi.
- (7) Membuat laporan semesteran, laporan tahunan dan laporan publikasi.
- (8) Melaporkan laporan keuangan (neraca dan laba rugi) harian kepada Direksi.
- (9) Melaporkan laporan bulanan, laporan semesteran dan laporan tahunan.
- (10) Mengusahakan agar penyerahan laporan tersebut tepat waktunya sesuai ketentuan.
- (11) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Manager Operasional dan juga Direksi.

PERSONALIA/ UMUM

Jabatan: Staff Personalia/ Umum

Bertanggung jawab kepada : Direksi

Ringkasan Pekerjaan:

Bertanggung jawab atas pengaturan dan pelaksanaan pekerjaan yang berhubungan dengan kepegawaian, pengadaan barang yang berguna untuk kelancaran operasional Bank serta keamanan terhadap semua kekayaan Bank.

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Melayani calon nasabah baru, baik itu calon nasabah tabungan, deposito, serta pembiayaan dengan cara memberi informasi kepada calon nasabah mengenai produk-produk Bank Syariah.
- (2) Melaksanakan administrasi data pegawai perusahaan dan menjalankan arsipnya tersimpan dengan baik dan teratur sehingga mudah dicari dan diperlukan.
- (3) Membuat absensi karyawan setiap bulannya dan hubungannya dengan hak cuti yang dapat dijalankan setiap pegawai.
- (4) Menerima surat permohonan pemberhentian pegawai dan menyetorkannya kepada Direksi.
- (5) Mengawasi keamanan dan kebersihan sarana kantor.
- (6) Menyediakan dan meregister alat-alat tulis kantor yang diperlukan.
- (7) Mengetik surat-surat edaran, memo intern, pengumuman serta dokumen-dokumen lainnya yang berhubungan dengan kepegawaian dan menyimpan didalam arsip yang baik.
- (8) Menginventaris barang-barang yang ada di kantor, juga melakukan penyusutan barang-barang inventaris tersebut.
- (9) Mengadministrasikan gaji dan tunjangan setiap pegawai dan melaksanakan perhitungan serta pembayarannya termasuk didalamnya

penambahan karena lembur atau pengurangan karena pembiayaan pegawai.

- (10) Mengawasi pembayaran listrik dan telepon kantor.
- (11) Membantu dan memberikan informasi kondisi kerja pegawai kepada pimpinan.
- (12) Melaksanakan tugas-tugas non operasional lainnya yang ditugaskan Direksi.
- (13) Menyetorkan dan melaporkan pajak badan...

OFFICE BOY/ SATPAM

Bertanggung jawab langsung kepada: Personalia dan Umum
Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Memberikan dukungan kepada semua seksi yang memerlukan sesuatu guna menjamin kelancaran tugas pekerjaannya.
- (2) Menyampaikan/ mengantar perintah-perintah/ surat-surat dan atau mengirim/ meneruskan barang-barang/ peralatan dan lain-lain yang diperlukan petugas guna kelancaran operasional Bank.
- (3) Menjaga kebersihan kantor/ ruangan tempat kerja karyawan dan ruang nasabah.
- (4) Memeriksa apakah lampu-lampu, AC, kipas angin sudah dimatikan setelah kantor tutup, dan kantor benar-benar dalam keadaan terkunci aman.
- (5) Sebelum pulang memeriksa kembali barang-barang inventaris serta pintu-pintu dan jendela apakah sudah tertutup/ terkunci dengan baik.
- (6) Membantu mengamankan kantor pada jam-jam kerja.
- (7) Mengadakan serah terima situasi kantor kepada satpam bila akan meninggalkan kantor.
- (8) Mengantar/ mengirim surat-surat dinas, baik yang dikantor-kantor PEMDA/ Camat/ Nasabah dengan buku ekspedisi.
- (9) Berlaku ramah, sopan dan penuh rasa Islamiyyah.
- (10) Mengatur masuknya tamu-tamu yang akan menghadap Direksi.
- (11) Mengawasi setiap tamu yang datang.
- (12) Membantu tamu/ nasabah yang merasa kebingungan dan memerlukan bantuan dalam hubungan dengan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.
- (13) Mengatur tempat parkir kendaraan nasabah serta mengawasi dan menjaganya.

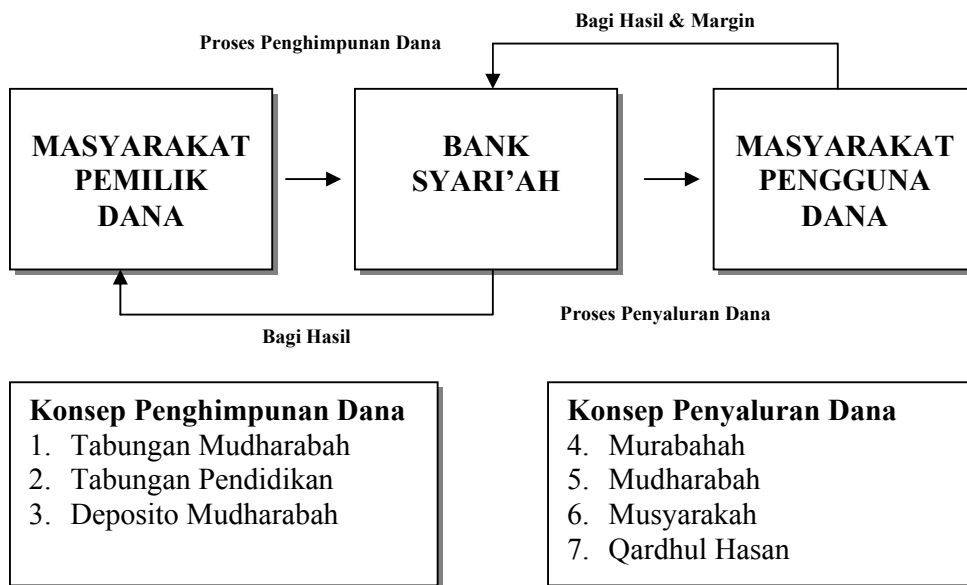
DRIVER

Bertanggung jawab I angung kepada: General Manager

Tugas dan Tanggung jawab:

- (1) Wajib menjaga keselamatan transportasi dan bertanggung jawab terhadap kendaraan.
- (2) Mengantar petugas PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu ketempat sesuai perintah dinas.
- (3) Selalu siap ditempat guna menjamin tersedianya kendaraan bermotor bila sewaktu-waktu diperlukan untuk kelancaran tugas.
- (4) Wajib memelihara kendaraan yang menjadi tanggung jawabnya sehari-hari, sehingga kendaraan Selalu siap pakai.
- (5) Wajib meneliti dan menjaga tersedianya bahan bakar yang cukup didalam tanki setiap kendaraan milik PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, kelengkapan Surat-Surat kendaraan SIM, dan lain-lain.
- (6) Kendaraan wajib dicuci dan dibersihkan setiap hari.

4. Sistem Operasional



Gambar 4.2 *Sistem Operasional*
Sumber: PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, 2004

5. Prinsip Kerja

Dalam menjalankan kegiatan, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu mempunyai prinsip kerja sebagai berikut:

- (1) Dalam menjalankan operasionalnya, menerapkan sistem yang sesuai dengan ajaran syari'ah yang berdasarkan pada al-Qur'an dan al-Hadits.
- (2) Dalam mengambil keuntungan menerapkan sistem bagi hasil (*revenue sharing*), dimana nasabah akan mendapatkan keuntungan dari dampak Bank berupa bagi hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati bersama. Adapun besar kecilnya nominal yang akan diterima oleh nasabah tidak bisa ditentukan, tiap harinya akan berubah sesuai dengan besar kecilnya keuntungan yang diperoleh oleh Bank.
- (3) Dalam pembiayaan, memakai sistem *Imurabahah*, *musyarakah*, *mudharabah* dan *qardhul hasan*.
- (4) Melayani nasabahnya dengan sistem jemput bola dan *telebanking system*, dimana pihak Bank mendatangi ketempat nasabah yang ingin menabung atau yang ingin mengangsur pembiayaan.

6. Sumber Daya Insani (SDI)

a. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah Sumber Daya Insani PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu untuk sementara ada 8 (delapan) orang, terdiri dari:

- Dua orang Direksi
- Tiga orang tenaga marketing/ AO
- Tiga orang tenaga operasional

b. Hari Dan Jam Kerja

PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu menetapkan 6 hari kerja setiap pekannya dengan jam kerja sebagai berikut:

- Hari Senin – Jum'at pukul 08.00 – 18.00 WIB
- Hari Sabtu pukul 08.00 – 14.00 WIB

c. Sistem Penggajian

PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, dalam memberikan sistem penggajian kepada karyawan berdasarkan atas jabatan pekerjaan masing-masing karyawan, dan penggajian dilakukan setiap bulan.

d. Kesejahteraan Karyawan

Disamping sistem penggajian yang ada, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu juga memperhatikan kesejahteraan para karyawan dengan memberikan Tunjangan Hari Raya.

e. Pembinaan Dan Pengembangan SDI

Dalam upaya meningkatkan pengetahuan dan mengembangkan kualitas profesionalisme SDI, langkah-langkah yang sudah diambil oleh PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, adalah:

1. Merumuskan visi 3 (tiga) tahun kedepan dan menerapkan strategi dasar bagi pencapaian visi dan misi tersebut.
2. Menyelenggarakan berbagai training bagi karyawan seminar-seminar, diskusi, dan pemanfaatan forum ilmiah untuk mensosialisasikan konsep ekonomi syari'ah dan keuangan syari'ah berikut latar belakang pemikirannya. Training-training/ pelatihan-pelatihan yang telah diberikan meliputi:
 - Tabungan dan deposito
 - PSAK'59 oleh BI
 - Pemasaran
 - Accounting
 - Pembiayaan dan administrasi pembiayaan
 - Sistem komputerisasi oleh ASBISINDO
 - Latihan cara. berkomunikasi
 - Kajian rutin ekonomi Islam setiap hari Sabtu pada minggu kedua setiap bulan oleh Dewan Pengawas Syari'ah dan Dewan komisaris.
 - Kajian tafsir al-Qur'an setiap hari Selasa dan Jum'ah oleh Direksi.
 - Service Exilent oleh Direksi.

3. Menjalinkan hubungan kerja sama yang lebih erat dengan lembaga-lembaga keuangan Islam yang ada di Batu dan sekitarnya.
4. Memberikan bimbingan dan bantuan teknis kepada lembaga keuangan Syari'ah terkecil lainnya (*Baitul Maal wa at-Tamwil*) sekaligus memperkuat jaringan kerja

f. Sistem Perekrutan Tenaga Kerja

Untuk proses penarikan (*recruitment*) tenaga kerja PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dilakukan melalui beberapa saluran, yaitu: iklan lowongan kerja di media cetak, rekomendasi dari karyawan lama, transfer dari PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, dan asosiasi profesional.

7. Keuangan

a. Hasil Kinerja dan Laba/ Rugi sampai dengan Desember 2003.

Berdasarkan laporan Rencana Kerja dan Anggaran tahun 2004 PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, secara garis besar hasil kinerja tahun 2003 dapat diuraikan, sebagai berikut:

Keterangan	Realisasi Des '03	Taget Des '03	% Pencapaian
Asset	2.155.611.605,-	1.022.764.000,-	210,7 %
Pembiayaan	1.441.048.100,-	691.095.000,-	208,5 %
Tabungan	469.932.604,-	191.630.000,-	245,2 %
Deposito	1.256.150.000,-	423.000.000,-	296,96 %
Pendapatan	256.145.349,-	218.759.000,-	121,2 %
Biaya	328.743.000,-	289.494.000,-	113,5 %
Laba	(84.729.154,-)	(91.866.000,-)	92,2 %

Tabel 4.1 Hasil Kinerja dan Laba/ Rugi sampai dengan Des '03
Sumber: PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, 2004

Pencapaian rata-rata, di atas target maupun yang di bawah target tersebut antara lain di sebabkan, karena:

- Kebijakan dalam pemberian pembiayaan yang lebih selektif di sertai pembiayaan kepada nasabah secara rutin dengan tetap mengikuti prosedur dan standar perbankan.
- Kebijakan penempatan dana di Bank-bank lain.
- Membina dan menjalin hubungan yang lebih baik dengan para, penabung dan deposan sehingga kepercayaan mereka lebih baik dan kuat untuk menitipkan dananya.

b. Proveksi Neraca dan Laba/ Rugi Tahun 2004

Dengan mempertimbangkan segala aspek yang ada serta kondisi ekonomi pada tahun 2004, dalam penyusunan Rencana Kerja dan anggaran biaya tahun 2004, manajemen berusaha seoptimal mungkin untuk memperoleh basil yang lebih baik. Secara rinci proyeksi Neraca dan Laba/ Rugi per 31 December 2004 adalah:

Keterangan	Realisasi Des '03	Taget Des '03	% Pencapaian
Asset	Rp. 2.155.612,-	Rp. 2.625.084,-	22 %
Piutang	Rp. 933.548,-	Rp. 1.477.633,-	58 %
Pembiayaan	Rp. 507.500,-	Rp. 540.000,-	6 %
Tabungan	Rp. 469.933,-	Rp. 589.933,-	25,5 %
Deposito	Rp. 1.256.150,-	Rp. 1.496.150,-	19 %
Pendapatan	Rp. 265.145,-	Rp. 609.577,-	130 %
Biaya	Rp. 328.743,-	Rp. 522.312,-	59 %
Laba	Rp. (84.729,-)	Rp. 87.512,-	103 %

Tabel 4.2 Prcyeksi Neraca dan Laba/ Rugi Tahun 2004
Sumber: PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, 2004

Adapun Rencana Pemberian Pembiayaan berdasarkan jenis penggunaan dan sektor ekonomi adalah sebagai berikut:

No.	Uraian	Juni '04	Des '04
1.	Menurut Jenis Penggunaan		
	a. Pemb. Modal Kerja	894.496,-	1.008.816,-
	b. Pemb. Investasi	536.698,-	605.290,-
	c. Pemb. Konsumen	357.798,-	403.527,-
	Jumlah	1.788.992,-	2.017.633,-
2.	Menurut Sektor Ekonomi		
	a. Perdagangan	626.147,-	706.172,-
	b. Pertanian	536.698,-	605.290,-
	c. Industri	178.899,-	201.763,-
	d. Jasa	268.349,-	302.645,-
	e. Liain-lain	178.899,-	201.763,-
	Jumlah	1.788.992,-	2.017.633,-

Tabel 4.3 *Rencana Pemberian Pembiayaan*
Sumner: PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, 2004

Dalam praktik keseharian, laporan keuangan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu secara resmi tidak menggunakan sistem pencatatan keuangan perbankan syari'ah pada umumnya. Akan tetapi terdapat beberapa perbedaan, diantaranya: pengakuan pendapatan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu yang menggunakan sistem *Accrual Basic*, dimana pendapatan baru diakui setelah pendapatan itu diterima.

Perbedaan lainnya adalah pembagian *margin* antar PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dan nasabah, dimana pembagian *margin* dihitung setiap hari ketika mendapat pendapatan. Pembagian proporsi besarnya berdasarkan akad yang dipilih oleh nasabah, seperti:

mudharabah, inusyarakah, dan murabahah yang disetujui pada awal akad dengan menggunakan sistem syari'ah.

8. Produk-produk

a. Penghimpunan Dana

a. 1. Tabungan Mudharabah

Yaitu jenis simpanan bagi perorangan atau kelompok yang bertujuan untuk menitipkan uang demi keamanan sekaligus investasi, yang penarikannya dapat dilakukan setiap waktu sesuai dengan kesepakatan bersama, dan kepada penabung akan mendapatkan bagi hasil atas keuntungan Bank setiap bulan.

Produk Tabungan

– Tabungan Syari'ah Rinjani (TASYARIN)

Fasilitas tabungan untuk umat, yayasan pesantren, tempat ibadah, madrasah dan majlis ta'lim yang menginginkan aman uangnya dan dapat diambil sewaktu-waktu.

– Tabungan Pendidikan

Fasilitas tabungan yang dapat digunakan untuk persiapan dalam mencapai cita-cita dan melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi. Penarikannya dilakukan setiap semester, kenaikan kelas, atau untuk bekal mudik ke kampung.

a. 2. Deposito Mudharabah

Yaitu jenis simpanan perorangan atau badan hukum yang bertujuan untuk investasi, dimana penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati dan dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dan kepada Deposan akan diberikan lagi hasil atas keuntungan Bank setiap bulan.

DEPOSITO	NASABAH	BANK
Jangka waktu 1 bulan	35 %	65 %
Jangka waktu 3 bulan	40 %	60 %
Jangka waktu 6 bulan	45 %	55 %
Jangka waktu 12 bulan	50 %	50 %

Tabel 4.4 Prosentase Bagi Hasil Deposito Mudhawbah
Sumber: PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, 2004

Contoh Nisbah

PRODUK	NISBAH
Tabungan	30 : 70
Deposito 1 bulan	35 : 65
3 bulan	40 : 60
6 bulan	45 : 55
12 bulan	50 : 50

Tabel 4.5 *Contoh Nisbah Deposito Mudharabah*
Sumber: PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, 2004

Keuntungan

- Kenyamanan batin karna operasionalnya dilaksanakan sesuai dengan syari'at Islam.
- Mendapatkan bagi hasil yang adil.
- Membantu pengembangan perekonomian umat.
- Dapat mengetahui saldo setiap saat.

Syarat dan Ketentuan

1. Mengisi formulir permohonan pembiayaan
2. Menyerahkan foto copy KTP suami dan istri @ 2 lembar
3. Menyerahkan foto copy Kartu Keluarga 1 lembar
4. Menyerahkan foto copy Akta Nikah 1 lembar
5. Menyerahkan slip Gaji terakhir (pegawai)
6. Menyerahkan foto copy legalitas usaha (SIUP, NPWP, TDP, Akta Pendirian, dll-)
7. Jaminan (Asli dan foto copy 2 lembar)

b. Penyaluran Dana

b. 1. Piutang

- Piutang Murabahah (lual Beli)

Yaitu fasilitas penyediaan dana dari Bank yang berdasarkan pada akad jual beli yang pengembaliannya dapat dengan angsuran sesuai dengan akad perjanjian dan menentukan berapa, besar jumlah nisbah yang akan dibagikan pada pihak PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu sesuai dengan kesepakatan.

b. 2. Pembiayaan

Yaitu fasilitas penyediaan dana dari Bank untuk memenuhi kebutuhan umat baik yang bersifat produktif (modal kerja dan investasi) maupun yang konsumtif.

- *Pembiayaan Mudharabah (Bagi Hasil)*
Yaitu akad kerjasama dimana pihak Bank menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (debitur) menjadi pengelola, yang nantinya keuntungan akan dibagi bersama menurut kesepakatan awal yang telah disepakati. Dalam akad kerjasama ini apabila mengalami kerugian, maka kerugian tersebut akan ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian tersebut tidak dikarenakan kelalaian si pengelola.
- *Musyarakah (Bagi Hasil)*
Yaitu akad kerjasama dimana pihak Bank dan pihak debitur sama-sama menyediakan modal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan dibagi sesuai dengan kesepakatan.
- *Qardhul Hasan (Kebajikan)*
Yaitu dana yang diberikan oleh Bank kepada orang yang membutuhkan modal, tetapi penerima modal hanya mengembalikan uang pokok, tidak membayar nisbah, hanya dikenakan biaya administrasi saja.

9. Pembiayaan

Pada intinya pembiayaan pada Bank Syari'ah dengan kredit konvensional adalah sama akan tetapi perbedaannya terletak pada prinsip *analisa pembiayaan, tingkat pengembalian dan pada akad*. Antara Bank Syari'ah yang satu dengan Bank Syari'ah lainnya menerapkan dan memilih produk-produk sesuai dengan kondisi, kemampuan untuk memilih dan menerapkannya. Demikian pula dengan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, yang merupakan satu-satunya Bank yang berprinsip syari'ah yang ada di kota Batu. Oleh karena itu pembiayaan yang ada tentunya masih belum banyak.

Pembiayaan di PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu mulai beroperasi sampai saat ini, dan yang paling banyak nasabahnya yaitu pembiayaan

murabahah, jumlahnya kurang lebih 250 nasabah. Sedangkan untuk pembiayaan mudharabah 10 nasabah, dan untuk pembiayaan musyarakah sebanyak 2 nasabah.

Mengingat PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu masih relatif baru. Tentunya dana untuk *qardhul hasan* masih sedikit dan masyarakat masih belum memakai pembiayaan ini. Tetapi untuk jangka panjang PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu tetap berusaha mengembangkan produk-produk yang telah ditawarkan dan sedemikian mungkin bervariasi.

a. Prinsip-prinsip Pembiayaan

Dalam melakukan proses pembiayaan, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu memakai prinsip-prinsip seperti Bank Syari'ah lainnya, yaitu 5 C (*character, capacity, collateral, and condition*):

(1) Character

Untuk memakai karakter terhadap debitur, pihak Bank mencari informasi baik melihat sendiri terhadap debitur atau dari orang lain. Tidak ada standar yang ditetapkan, karakter yang diterima yaitu orang yang baik, baik dalam arti orangnya tekun beribadah dan baik akhlaknya dalam keseharian. Untuk menilai karakter ini, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu menyimpulkan dengan kategori baik, cukup baik, dan kurang baik.

(2) Capital

Dalam menilai modal, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu harus mengetahui berapa banyak modal yang ada. Seandainya modal yang ada lebih kecil dari pada jumlah dana yang akan dipinjam, maka pihak PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu tidak bisa menerima pengajuan pembiayaan tersebut, dan sebaliknya. Besar kecilnya modal itu akan berkaitan dengan kemampuan untuk membayar.

(3) Capacity

Jika modal yang ada itu semakin besar maka semakin besar kemampuan untuk mengangsur dan sebaliknya.

(4) Colateral

Jaminan ini dikatakan baik, jika barang yang dijadikan jaminan

mempunyai nilai, misalnya tanah. Pihak PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu harus mengetahui tentang keadaan tanah tersebut sehingga tanahnya dapat laku dan layak. Nilai jaminan itu harus lebih tinggi dari jumlah dana yang akan dipinjam.

(5) *Condition*

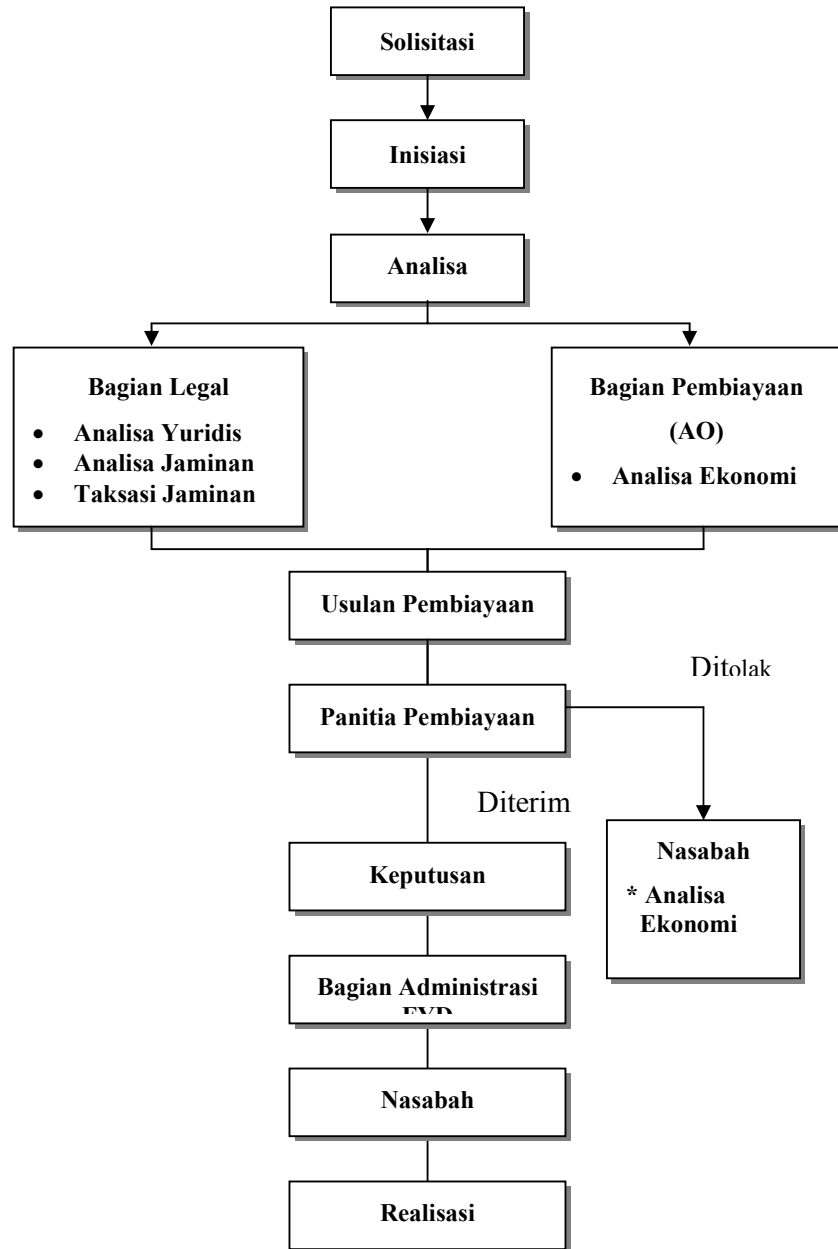
Pihak Bank harus mengetahui bagaimana kondisi ekonomi sekarang apakah kondisinya dapat menghambat jalannya kegiatan usaha atau proyek yang akan dibiayai oleh PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.

b. Prosedur Pembiayaan

Prosedur adalah tahapan-tahapan yang harus ditempuh oleh debitur, mulai dari awal permohonan sampai pada realisasi pembiayaan.

Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah:

- (1) Calon debitur datang ke kantor PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu untuk mengajukan permohonan pembiayaan dengan mengisi formulir yang telah disediakan serta menyerahkan foto kopi KTP, SIM, kartu keluarga dan surat bukti jaminan yang masih berlaku.
- (2) Petugas PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu (AO) datang ketempat calon debitur untuk mengumpulkan data dengan melakukan wawancara serta menggali informasi disekitarnya.
- (3) Setelah itu pihak PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu (AO) menganalisa atau survey apakah calon debitur sudah memenuhi 5C.
- (4) Petugas (AO) melaporkan hasil analisa atau survey untuk mendapatkan rekomendasi apakah pengajuan tersebut diterima atau ditolak atau diterima dengan syarat pengurangan nominal yang diajukan.
- (5) Calon debitur datang kekantor untuk melakukan kesepakatan tentang besarnya margin atau keuntungan yang sebelumnya telah ditawarkan oleh PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani.
- (6) Setelah ada kesepakatan antara debitur dengan pihak PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, kemudian calon debitur mengisi surat perjanjian pembiayaan.
- (7) Melalui rekomendasi tersebut realisasinya dilakukan dengan disertai, penyerahan surat atau bukti jaminan yang asli (bukan foto kopi) pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dan disertai dengan pembacaan do'a akad.
- (8) Setelah pembiayaan tersebut terealisasi, Petugas PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu (AO) melakukan pengawasan terhadap aktivitas pihak debitur.



Keterangan:

Inisiasi

1. Pengumpulan Informasi
 - Jenis Nasabah
 - Nasabah datang ke kantor
 - A/ M datang ke nasabah
2. Teknik mencari Informasi
 - Intern: Nasabah dana, mempunyai reputasi yang bagus *existing customer, Interlink Customer*.
 - Ekstern: Referensi (surat atau kenalan), *buyer* dari produk *existing customer, supplier* dari produk *existing customer*, jasa sekarang terhadap Bank.
3. Ta'aruf (wawancara)
 - Cakupan dalam wawancara
 - Kelengkapan data pemohon
 - Penjelasan data pendukung
 - Pemeriksaan kembali kebenaran dan konsistensi data permohonan
4. Penentuan calon nasabah potensial
 - Tidak membandingkan dengan nasabah lain
 - Kualifikasi tidak dibawah rata-rata

Solisitasi

1. Dasar pelaksanaan
 - Mengetahui tentang kondisi perusahaan.
 - Membicarakan hal khusus yang menjadi perhatian.
2. Langkah-langkah sosialisasi (meminta informasi).
 - Eksistensi perusahaan: Filosofi bisnis, sasaran, rencana jangka pendek, menengah dan panjang, sejarah, para pendiri, pemegang saham, prospek, jumlah karyawan, tingkat pendidikan rata-rata, system penggajian dan jaminan sosial lain.
 - Kebutuhan *customer*: bidang usaha, rekan bisnis, bantuan teknologi dll.
 - Kemampuan membayar: kondisi produksi dan hasil produksi, pemasaran dan strategi penjualan, kekuatan/ kelemahan perusahaan (manajemen), sumber bahan baku atau cara pengadaan bahan baku, sistem pelembaran kegiatan usaha dan keuangan yang telah di audit oleh kantor ankutan.
 - Jaminan: apakah punya market value..? kemudahan memonitoring, lokasi, sifat fisika dan kimianya.

3. Pelaporan

Proses Analisis

- Mengevaluasi ketrampilan dan kesediaan calon nasabah membayar kembali pembiayaan yang diterima sesuai dengan isi perjanjian atau akad pembiayaan yang didasarkan pada aspek-aspek:
 - Keberhasilan alur usaha di biyai
 - Membuat kesimpulan dan usaha atas permodalan pembiayaan secara cepat dan tepat.
- Bentuk analisis yang digunakan umumnya adalah dengan cara:
 - Analisis kuantitatif
 - Analisis kualitatif

Proses Persetujuan

- Usulan pembiayaan
 - Setelah proses analisis, maka dibuat Usulan Pembiayaan (UP) kepada kmite pembiayaan untuk direkomendasikan mendapat fasilitas pembiayaan.
 - Usulan pembiayaan berisi (terpenting):
 - Bentuk fasilitas pembiayaan.
 - Jenis fasilitas pembiayaan: baru/ lama, perpanjangan/ penambahan.
 - Khusus untuk bentuk pembiayaan jual beli tidak ada penambahan plafon, yang ada hanya penangguhan waktu jadwal angsuran di perpanjang).
 - Jumlah plafon.
- Memorandum pembiayaan
 - Analisis singkat kualitas pembiayaan
- Komite pembiayaan
 - Panitia yang menentukan keputusan Ya atau Tidak diterimanya pembiayaan itu.

Proses Realisasi pembiayaan

- Proses Realisasi adalah proses pencarian dana atau pembelian barang nasabah setelah diproses dan di putus oleh komite pembiayaan.
- Penggunaan dana jual beli dinamakan pembayaran dan pengucuran dana, untuk pembiayaan dalam *syirkah* dan jasa di sebut pencairan.
- Persyaratan yang harus di penuhi :
 - Pemeriksaan dokumen-dokumen nasabah.
 - Pemeriksaan kepatuhan ketentuan intern atau ekstern yang berlaku.

Pembinaan Pembiayaan

- Pembinaan dan pemantauan adalah suatu cara yang konstruktif agar kondisi usaha nasabah menjadi lebih baik.
- Mengarahkan penggunaan fasilitas pembiayaan dengan benar.
- Tindakan preventif agar tidak terjadi wanprestasi.
- Dalam pembinaan, pihak PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu harus melakukan:
 - Menghindari sikap semata-mata mencari kesalahan atau kelemahan.
 - Apabila ditemukan kesalahan dan kelemahan, maka diperlukan evaluasi secara kritis dan analitis serta apakah ada kemungkinan nasabah memperbaikinya.
- Metode pembinaan:
 - Membangun silaturahmi.
 - Mengevaluasi mutasi rekening atau kekayaan nasabah.
 - Memperhatikan kelangsungan usaha nasabah terutama yang berkaitan dengan produk maupun jasa yang dihasilkannya.
 - Membantu nasabah untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi terutama yang berkaitan langsung dengan problem *cash fleour*.
- Pelaporan (kondisi dan kunjungan).
 - Membuat laporan yang diperoleh termasuk hasil kunjungan langsung yang bersifat terkait maupun non teknis.

Pelunasan dan Pelepasan Jaminan

- Pelunasan
Pelunasan adalah selesainya kewajiban nasabah terhadap PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, pelunasan tersebut akan berdampak pada dokumen-dokumen penting yang diserahkan nasabah kepada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, karena itu nasabah berhak meminta kembali dan bank berkewajiban mengembalikannya. Proses pengembalian dokumen dan jaminan ini umumnya disebut *pelepasan jaminan*.
- Pelepasan jaminan
Jaminan akan diberikan apabila kewajiban dan keadministrasian serta biaya-biaya lain yang timbul akibat dari pelunasan tersebut sudah diselesaikan dengan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.

c. Jenis Penggunaan Pembiayaan

Dalam hal penyaluran dana kepada masyarakat, ditujukan pada jenis

penggunaan: modal kerja, investasi dan konsumtif. Dengan mengambil sektor: perdagangan, perindustrian, pertanian, dan jasa.

10. Strategi Pemasaran

Sebagai Bank yang baru berdiri dengan sistem yang masih dirasa asing oleh masyarakat, ditengah-tengah persaingan yang sangat ketat antar BPR-BPR yang jumlahnya sangat banyak dan hampir tiada jarak antar satu dengan lainnya ditambah juga tukang-tukang kredit yang makin bertambah banyak, maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dari pihak PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu untuk merebut pangsa pasar potensial yang tersedia.

Dalam mengadakan ekspansi pembiayaan maupun piutang PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu membuat strategi-strategi pemasaran sebagai berikut:

1. *Pemilihan pasar*

Pemilihan pasar dimulai dengan melakukan segmentasi pasar dan kemudian memilih pasar yang paling memungkinkan untuk dilayani oleh perusahaan. Keputusan ini didasarkan pada:

- Persepsi terhadap fungsi produk dan pengelompokan teknologi yang dapat diproteksi dan di dominasi.
- Keterbatasan Sumber Daya Internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.
- Pengalaman komulatif yang didasarkan pada *trial and error* dalam menanggapi peluang dan tantangan.
- Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar terproteksi.

2. *Perencanaan produk*

Meliputi: Produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan desain penawaran individual dari masing-masing lini.

3. *Penetapan harga*

Menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada nasabah.

4. *Sistem distribusi*
5. *Komunikasi pemasaran*
Meliputi: periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, *direct marketing*, dan *public relation*.

Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan analitis, meliputi:

1. Analisa faktor lingkungan.
2. Analisa faktor pasar.
3. Analisa faktor persaingan.
4. Analisa faktor kemampuan internal.
5. Analisa faktor perilaku konsumen.
6. Analisa faktor ekonomi.

11. Langkah-langkah Pemasaran Produk Pembiayaan

Untuk merealisasikan strategi di atas maka PT. BPR Syariah Bumi Rinjani Batu dalam penghimpunan dana dengan cara:

- Mengadakan kunjungan silaturahmi dan sosialisasi ke pondok-pondok pesantren, takmir-takmir masjid dan mushalla, lembaga-lembaga pendidikan, jamaah pengajian dengan tujuan untuk mengenalkan dan mensosialisasikan Bank Syari'ah.
- Karyawan dengan semaksimal mungkin mendatangi rumah-rumah, toko-toko, pasar-pasar, perkantoran.
- Melakukan promosi-promosi baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Adapun dalam penyaluran dana dengan cara:

- Penyaluran dana pada, aktiva produktif, berupa pemberian Pembiayaan ada nasabah.
- Penempatan dana pada Bank lain.

B. PEMBAHASAN

1. Visi, Misi, Tujuan dan Motto

a. Visi

Visi dari PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, adalah: *"Membawa Ummat Insya'allah menuju Kemakmuran dan Kesejahteraan"*

b. Misi

Misi dari PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, adalah: *"Member' contoh dan menjadi contoh dalam bermu'amalah berdasar dan bersandar kepada al-Qur'an dan al-Hadits.*

c. Tujuan

Tujuan. di dirikannya PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, adalah: *Pertama*, Membantu umat *Insya'allah* akan membawa kemakmuran dan kesejahteraan. *Kedua*, memberi contoh dan menjadi contoh dalam bermu'amalah berdasarkan serta berlandaskan pada al-Qur'an dan al-Hadits.

d. Motto

Motto dari PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, adalah: *"Amanah Dalam Bermua'amala"*.

Misi, visi, tujuan, dan motto diatas merupakan landasan dan pedoman PT. BPR Syariah Bumi Rinjani Batu untuk melaksanakan aktivitasnya. Adapun tujuan PT. BPR Syariah Bumi Rinjani Batu di kelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Tujuan Jangka Panjang

- Pengembangan bisnis.
- Menyusun dan menyempurnakan berbagai sarana dan prasarana guna memungkinkan tampil sesuai dengan ciri-ciri syari'ah yang memiliki (sistem yang benar dan penguasaan produk-produk syari'ah serta pendukung baik itu *software*/ sistem yang sesuai dengan syari'ah dan sistem akuntansi).
- Pengembangan wilayah untuk nasabah tabungan, antara lain ke daerah kecamatan Pujon, kecamatan Dau, kecamatan Karang Ploso, dan wilayah kota Malang.
- Mengembangkan produk-produk yang telah ditawarkan dan sedemikian mungkin bervariasi.

2. Tujuan Jangka Pendek

- Dalam penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Biaya, manajemen seoptimal mungkin memperoleh hasil yang lebih baik dari tahun sebelumnya.
- Pengembangan SDI dengan memberikan pelatihan-pelatihan, dan sebagainya.
- Lebih mengembangkan produk-produknya, terutama produk tabungan, yang mana sasaran utamanya adalah tabungan yang ada di beberapa, sekolah.
- Penyaluran dana/ pembiayaan pada aktiva produktif.
- Penempatan dana pada Bank lain.

2. Analisis Lingkungan (*Environment Analysis*)

a. Analisis Lingkungan Eksternal

Dalam melakukan analisis lingkungan eksternal, perusahaan hendaknya menggali dan mengidentifikasi semua peluang (*opportunity*) yang berkembang serta, ancaman (*threat*) dari para pesaing dan calon pesaing. Lingkungan eksternal merupakan suatu kekuatan yang berada diluar perusahaan, dimana perusahaan tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya (*uncontrolabie*) sehingga perubahan-perubahan

yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja semua perusahaan yang ada dalam industri tersebut.

Pemahaman mengenai lingkungan membuat manajemen mampu memprediksi perkembangan masa depan lingkungan untuk selalu mempunyai visi ke depan, sehingga mengurangi ketidakpastian dan pengaruh dan perubahan yang demikian cepat. Oleh karena itu, agar PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan lingkungan tersebut, maka diperlukan suatu analisis lingkungan untuk memantau dan mengidentifikasi peluang dan ancaman, kemudian menggunakannya sebagai dasar pemilihan alternatif strategi perusahaan sebagai bagian dan proses perencanaan strategi.

Adapun lingkungan eksternal yang akan di analisis di sini meliputi beberapa faktor: kondisi ekonomi, politik/ hukum, sosial budaya, demografi dan geografis, pemerintah, teknologi, dan persaingan.

1. Kondisi Ekonomi

Kondisi perekonomian pada masa sekarang maupun pada masa yang akan datang akan selalu dapat mempengaruhi keberhasilan penerapan strategi dan perkembangan sebuah perusahaan. Sebaliknya, keberhasilan penerapan strategi dan perkembangan sebuah perusahaan, secara tidak langsung juga akan mempengaruhi kondisi perekonomian dalam sebuah negara, seperti: ekspor, impor, pertumbuhan ekonomi, inflasi, kurs rupiah, suku bunga, ketersediaan kredit saat ini, dan sebagainya.

Perubahan yang terjadi pada perekonomian suatu negara tersebut dapat menjadi peluang sekaligus ancaman bagi kegiatan suatu perusahaan. Faktor-faktor ekonomi spesifik yang perlu di analisis dan di diagnosa oleh mayoritas perusahaan adalah:

- *Pertumbuhan ekonomi dan tingkat Inflasi*

Pertumbuhan ekonomi dan inflasi yang semakin meningkat dari tahun 1997 – 2001 di Indonesia, secara langsung ataupun tidak akan mempengaruhi kinerja sebuah perusahaan, terutama lembaga keuangan seperti perbankan. Kondisi perekonomian di Indonesia pada umumnya dalam beberapa tahun terakhir ini cukup membaik, sebagaimana terlihat dalam Label 4.6. Untuk tahun 2004 ini, di prediksi inflasi sebesar 0,57 % dengan menggunakan tahun dasar perhitungan Indeks Harga Konsumen (IHK) baru. Angka inflasi ini menurun dibanding laju inflasi pada periode yang sama tahun 2002 dan 2003 yang masing-masing sebesar 1,99 % dan 0,80 %. Hal ini dapat memberikan peluang yang sangat besar bagi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dalam menjalankan usahanya.

Tahun	Tingkat Pertumbuhan Ekonomi		Tingkat Inflansi	
	Indonesia	Jawa Timur	Indonesia	Jawa Timur
1997	5,8 %	8,18 %	8,64 %	6,57 %
1998	7,6 %	8,26 %	6,47 %	7,35 %
1999	3,6 %	5,02 %	9,01 %	10,4 %
2000	-8,6 %	-17,88 %	77,63 %	82,31 %
2001	1,3 %	1,18 %	7,3 %	10,47 %

Tabel 4.6 *Tingkat Pertumbuhan dan Laju Inflasi*,
Sumber: BPS, Kodya Malang, 2001

- *Pendapatan perkapita penduduk*

Bila dilihat dari Tabel 4.7, pendapatan regional perkapita kodya Malang mengalami peningkatan. Semakin besar tingkat pendapatan suatu masyarakat, semakin besar pula tingkat kesadaran mereka untuk menyimpan uangnya. Masyarakat akan lebih selektif dalam memilih sebuah lembaga keuangan mana yang dapat memberikan manfaat dan pelayanan memuaskan. Untuk itu, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu di tuntut untuk dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin agar eksistensinya juga baik dimata masyarakat.

Tahun	Proyeksi (Rp)	Tingkat Pertumbuhan
1998	2.969.090,-	-
1999	3.106.370,-	4,6 %
2000	3.243.650,-	4,4 %
2001	3.380.930,-	4,2 %

Tabel 4.7 *Proyeksi Pendapatan Regional Perkapita Kodya Malang*

Sumber: BPS, Kodya Malang, 2001

2. Politik/ Hukum

Perkembangan arah dan stabilitas politik juga merupakan pertimbangan penting bagi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dalam merumuskan strategi pemasarannya. Karena kondisi politik yang inkondusif dewasa ini, tidak menuntut kemungkinan akan mempengaruhi perkembangan dunia bisnis.

Hal ini berkaitan dengan pengakuan penetapan hukum pemerintah mengenai legitimasi berdirinya sebuah Bank, besarnya pajak yang harus di bayar oleh Bank tersebut, dan Undang-undang Tentang Perbankan.

3. Sosial-budaya

Keyakinan, nilai-nilai, dan norma seseorang dibentuk oleh masyarakat dimana mereka dibesarkan. Manusia menyerap hampir secara tidak sadar pandangan dunia yang merumuskan hubungan mereka dengan dirinya sendiri, dengan sesamanya, dan dengan alam semesta. Begitu juga dengan keberadaan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu. PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu bisa menjadi sebuah kepercayaan bila eksistensinya baik dimata masyarakat. Untuk itu, diperlukan suatu analisis lingkungan sosial-budaya dengan memperhatikan nilai-nilai dan sikap masyarakat di lingkungan sekitar.

4. Demografi dan Geografis

Kekuatan ekonomi makro pertama yang dipantau oleh sebuah perusahaan adalah populasi, karna hanya oranglah yang mampu membentuk suatu pasar. Perusahaan akan tertarik pada ukuran dan tingkat pertumbuhan penduduk dalam kota, wilayah, dan negara yang berbeda; distribusi umur dan bauran etnis; tingkat pendidikan; pola rumah tangga; serta karakteristik dan pergerakan regional.

Kota Malang memiliki luas 124.456 km persegi, dan dihuni oleh \pm 700.000 penduduk. Kepadatan penduduk mencapai 5000–12.000 perkilometer persegi dengan tingkat pertumbuhan 3,9 % per tahun. Kondisi tersebut sangat mempengaruhi perkembangan perusahaan terutama pada lembaga-lembaga keuangan seperti perbankan (www. Plasa. Do. Id.; 2004).

Dengan jumlah penduduk yang besar dan diikuti tingkat

pertumbuhan yang besar pula, merupakan sebuah peluang bagi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dalam mendistribusikan dan memasarkan produknya. Bila jumlah penduduk berubah, maka permintaan, terhadap barang dan jasa akan berubah pula.

Di samping itu, peluang pasar terhadap PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu sangat mungkin ditingkatkan mengingat jumlah penduduk sangat besar dan terus bertambah. Hal itu dapat menjadi salah satu variabel penentu bagi perusahaan untuk menambah jumlah penjualan di pasar.

Geografis juga merupakan faktor yang harus ditelaah PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, untuk melihat ancaman dan peluang yang sedang maupun yang akan di hadapi, karena pada hakikatnya perencanaan strategis mencoba menentukan apakah terdapat kondisi yang lebih baik di tempat lain untuk dapat lebih mengembangkan usaha dan mencapai tujuannya.

5. Pemerintah

Pemerintah merupakan faktor yang sangat dominan, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah harus dipelajari oleh perusahaan agar tidak terjadi pelanggaran yang akan merugikan pihak perusahaan itu sendiri. Umumnya, peraturan yang dikeluarkan pemerintah di negara kita bersifat temporer, sehingga perusahaan harus mengikuti setiap perkembangan yang terjadi

Di akui atau tidak, bahwa deregulasi finansial di Indonesia telah memberikan iklim bagi tumbuh dan berkembangnya Bank Syari'ah di Indonesia, yaitu berkaitan dengan lahirnya UU Nomor 7 Tahun 1992 yang di revisi melalui UU Nomor 10 Tahun 1998, yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya Bank Bagi hasil/ Bank Syari'ah. Dengan di terbitkannya UU Nomor 10 Tahun 1998 memiliki hikmah tersendiri bagi dunia perbankan dengan berdasarkan pada prinsip syari'ah.

Bila di lihat secara makro ekonomi, pengembangan Bank Syari'ah di Indonesia memiliki peluang besar karena peluang pasarnya yang luas sejurus dengan mayoritas penduduk Indonesia. Adanya UU Nomor 10 Tahun 1998 tersebut tidak menutup kemungkinan bagi pemilik Bank Negara, Swasta Nasional, bahkan pihak asing sekalipun untuk membuka cabang syari'ahnya di Indonesia. Dengan terbukanya kesempatan ini, jelas akan memperbesar peluang transaksi keuangan di dunia perbankan kita, terutama bila terjalin hubungan kerjasama di antara Bank-bank Syari' ah.

Adanya UU Nomor 10 Tahun 1998 ini dapat membawa kesegaran baru bagi dunia perbankan kita, terutama bagi dunia perbankan syari'ah di tanah air, berdirinya bank-bank baru yang bekerja berdasarkan prinsip syari'ah akan menambah semarak lembaga keuangan yang telah ada di sini, seperti: Bank Umum Syari'ah, BPR Syari'ah, dan Baitul Maal wa Tamwil. Hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah Bank Syari'ah dan kantor cabang maupun

jumlah pembiayaan syari'ah.

Menurut data Bank Indonesia, total asset yang dimiliki Bank Syari'ah meningkat 74 % dari tahun 1998 sebesar 479 trilyun menjadi 2718 trilyun pada tahun 2001, walaupun di bandingkan dengan rasio nasional masih kecil, yaitu 0,26 % dari total aset Bank Umum.

Dengan adanya iklim bagi tumbuh dan berkembangnya Bank Syari'ah di Indonesia tersebut, sudah tentu merupakan suatu ancaman bagi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.

Kelompok Bank	1999		2000		2001		2002	
	Jmlh	Jmlh	Jmlh	Jmlh	Jmlh	Jmlh	Jmlh	Jmlh
	Bank	Kantor	Bank	Kantor	Bank	Kantor	Bank	Kantor
Bank Umum Syari'ah	2	39	2	55	2	84	2	102
Unit Usaha Syari'ah	1	1	3	7	3	12	6	19
Sub Total	3	40	5	62	5	96	8	120
BPR Syari'ah	78	78	78	78	81	81	83	83
Total	81	118	83	140	86	177	91	103

Tabel 4.8 Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syari'ah di Indonesia
Sumber: Republika, Desember 2002

Sementara itu, dari sisi perkembangan dan *share* Bank Syari'ah dalam statistik perbankan nasional, hingga bulan April 2002, adalah:

Kinerja	Bank Syari'ah		Semua Bank
	Nominal	% Share	
Dana Pihak Ketiga (DPK)	1,90	0,24	787,00
Total Asset	2,93	0,28	1.053,40
Total Kredit	2,35	0,68	346,90
Loan Deposit Ratio	123,67 %		44,08 %
Non Performing Loans	4,76 %		12,39 %

Tabel 4.9 Indikator Perkembangan dan Share Bank Syari'ah
Sumber: Muhammad, 2002, hal 350.

Dari data diatas dapat diketahui, volume usaha perbankan syari'ah masih relatif kecil dalam statistik perbankan nasional. Walaupun demikian, perbankan syari'ah telah menunjukkan perkembangan dua kali lebih besar dibandingkan pertumbuhan pada periode sebelum diberlakukannya UU Nomor 10 tahun 1998.

Sebagai gambaran perkembangan lebih jauh ada beberapa data penting yang perlu diketahui, bahwa: peranan perbankan syari'ah dalam mobilisasi dana dan penyaluran pembiayaan walaupun masih kecil, namun mengalami peningkatan yaitu masing-masing dari 0,05 % pada tahun 1998 menjadi 0,07 % dan 0,17 % pada tahun 1999. Peningkatan peran perbankan syari'ah dalam penyaluran dana pembiayaan yang sedemikian rupa, disebabkan terutama adanya peningkatan volume penyaluran pembiayaan dari Rp. 455 milyar pada tahun 1998 menjadi Rp. 472 milyar pada tahun 1999 dan pada saat yang bersamaan penyaluran kredit oleh perbankan konvensional menurun dari Rp. 545 trilyun menjadi Rp. 227 trilyun.

Pada tahun 2001 ada harapan bahwa total aset Bank Syari'ah meningkat dari 1000 miliar menjadi 2,4 trilyun. Sementara pembiayaan (kredit) dari 100 miliar menjadi 1,8 trilyun. *Nonperforming Financing* (NPFS) dari 1 % menjadi 9,6 %. Dana pihak ketiga meningkat dari Rp. 1,4 trilyun menjadi 1,5 trilyun. Laba dari 7 miliar menjadi 24 miliar.

6. Teknologi

Salah satu kekuatan yang paling dramatis dan membentuk hidup manusia adalah teknologi. Apalagi jika teknologi yang dimiliki suatu perusahaan itu dapat memberikan nilai tertinggi dan memuaskan kebutuhan, serta dapat merangsang aktivitas baik investasi maupun ekonomi. Dengan ditemukannya teknologi baru yang makin canggih dalam bidang perbankan, seperti: *on-line* sistem, kartu kredit, dan lain sebagainya yang bervariasi, dapat menjadi ancaman bagi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu. Oleh karena itu, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu harus memiliki sebuah kebijaksanaan teknologi mana yang paling sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansialnya.

7. Persaingan

Tidak jauh berbeda dengan pasar barang, dunia perbankanpun yang berkecimpung dalam pasar jasa juga akan menghadapi kondisi yang sama, yaitu persaingan dengan perbankan sendiri dan juga dalam menghadapi konsumen atau nasabah yang semakin kritis dan menuntut *value added* dari sebuah Bank.

Kemudahan dan peluang yang diberikan oleh pemerintah melalui PAKTO 1988 telah benar-benar membuat orang-orang ramai terjun ke dunia perbankan, hampir semua konglomerat Indonesia mempunyai Bank. Hampir di setiap sudut terpampang nama sebuah Bank.

Adapun kondisi lingkungan industri, adalah:

1. Ancaman Pendatang Baru

Banyaknya lembaga-lembaga keuangan baru yang tertarik masuk kedalam industri akan tergantung dari besar kecilnya halangan-halangan untuk memasukinya. Dengan diakuinya keberadaan dan berfungsinya Bank Bagi Hasil / Bank Islam melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, maka halangan-halangan untuk memasuki industri tersebut semakin kecil, sehingga hampir semua konglomerat Indonesia mempunyai Bank, dan tidak menutup kemungkinan bagi pemilik Bank Negara, Swasta Nasional, bahkan pihak asing sekalipun untuk membuka cabang syari'ahnya di Indonesia.

2. Ancaman Produk / Jasa Pengganti

Ancaman besar bagi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu datang dari lembaga-lembaga keuangan lain baik Bank ataupun non Bank yang menyediakan produk/ jasa yang fungsinya sama dengan produk/ jasa miliknya. Di mana harganya cenderung cukup murah, dibandingkan produk/ jasa yang dihasilkan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, apalagi jika produk/ jasa tersebut dihasilkan oleh lembaga-lembaga yang berskala besar dan sangat menguntungkan nasabah.

3. Kekuatan Tawar-menawar Nasabah

Keputusan nasabah dalam memilih produk/ jasa sebuah Bank sangat dipengaruhi oleh persepsinya tentang citra sebuah Bank tersebut, kualifikasi SDM dan mutu pelayanan yang diberikannya, atau bahkan besarnya bagi hasil yang memuaskan.

4. Persaingan dari Perusahaan Sejenis dalam Industri

Tinggi rendahnya tingkat persaingan antara pesaing dalam suatu industri tergantung pada beberapa hal:

- Jumlah pesaing.
- Tingkat pertumbuhan industri.
- Besarnya ukuran dan kekuatan dari para pesaing.
- Antar produk/ jasa hanya mempunyai sedikit perbedaan.
- Halangan yang tinggi untuk keluar dari industri.
- Biaya tetap relatif sangat tinggi.

b. Analisis Lingkungan Internal

1. Sumber Daya Insani (SDP)

Mengingat SDI merupakan modal utama dalam, menjalankan usaha diharapkan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu lebih memperhatikan dan dapat lebih realistis dengan bertitik tolak pada hasil kerja tahun sebelumnya dan dengan memanfaatkan peranan SDI yang ada dengan memberikan training-training/ pelatihan-pelatihan baik secara intern ataupun ekstern yang lebih banyak guna meningkatkan pengetahuan dan kemampuan di bidang perbankan dan bidang usaha lainnya di wilayah kerja agar perusahaan dapat berkembang lebih baik.

Program pengembangan SDI yang diambil oleh PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu guna meningkatkan pengetahuan dan mengembangkan kualitas para karyawannya sudah cukup bagus. Perusahaan telah berhasil menumbuhkan iklim kerja yang kondusif, sehingga tercapai suasana kekeluargaan antar karyawan dan Direksi.

Adapun keterbatasan SDI harus segera diatasi oleh Direksi

guna memperkecil kemungkinan terjadinya tumpang tindih dalam hal pekerjaan atau tanggung jawab, dan karyawan dapat menjalankan tugas dan kewajibannya sesuai dengan *job* masing-masing. Di samping itu, dengan menambah jumlah tenaga kerja/ karyawan, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dapat meningkatkan dan memperluas wilayah pemasarannya.

2. Pemasaran

Pemasaran menjadi semakin penting dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat. Disamping itu dalam rangka menghadapi para pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama. Tenaga kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan nasabah akan dapat terpenuhi.

Pemasaran berpangkal pada kebutuhan nasabah ataupun calon nasabah yang belum terpenuhi dalam hal produk, kualitas, harga, kemudahan mendapat *sparepart*, dan sebagainya. Untuk itu, PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu harus menyusun strategi pemasaran yang komprehensif, sehingga upaya yang dilakukan bisa optimal.

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang terdiri dari aspek *produk, harga, lokasi* dan *promosi* yang harus diolah juga komposisinya menjadi ideal dan diperlukan oleh PT. BPR Syari'ah

Bumi Rinjani Batu dalam pasar sasaran untuk mencapai tujuannya, sehingga strategi yang telah direncanakan secara spesifik dapat terarah dan diterapkan pada bauran pemasaran melalui alat-alatnya tersebut.

3. Operasional

Berbicara mengenai operasional lembaga keuangan syari'ah, pada intinya adalah membicarakan tentang bagaimana kerja dan

optimalisasi masing-masing bagian dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Berkaitan dengan itu, maka adanya *job discription dan job spesification* merupakan hal yang amat penting. Dalam hal ini PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu setiap karyawan belum menempati bagian masing-masing, dalam arti bagian-bagian yang sudah tertera dalam *job discription* tidak sesuai dengan jumlah karyawan yang ada. Hal ini harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan, karena secara umum, keunggulan suatu perusahaan di bidang operasional adalah jasa pelayanan yang bagus dan pemasaran yang luas. Untuk itu, penambahan jumlah karyawan harus segera dilakukan sesuai dengan *job* masing-masing.

Disamping itu, pengetahuan perbankan yang tinggi juga sangat diperlukan dari divisi R & D yang mampu mengakomodasi ke masyarakat, mengaplikasikan teknologi yang berkembang dan kompetitif, serta mengembangkan inovasi produk. Karena secara garis besar, pengembangan produk sebuah Bank Syari'ah dikelompokkan menjadi 3, yaitu: produk pengumpulan dan penyaluran dana, serta jasa.

4. Keuangan

Dalam menjalankan usahanya, sebagai lembaga keuangan; kegiatan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu tidak lepas, dari bidang keuangan. Hal ini sesuai dengan kegiatan utamanya sebagai sebuah Bank, menghimpun dana masyarakat (*funding*) yang kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat (*financingl lending*) dalam bentuk pembiayaan.

Pengumpulan dana masyarakat harus lebih ditingkatkan oleh PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, agar dapat meningkatkan juga aktifitas penyaluran dana/ pembiayaan pada aktiva produktif maupun konsumtif pada nasabah, sebagaimana yang tertera dalam Rencana Kerjanya.

Adapun dalam menyusun laporan keuangan, untuk selanjutnya diharapkan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu menerapkan sistem PSAK '59 IAI. Karena tujuan informasi akuntansi dalam Bank Syari'ah/ lembaga keuangan syari'ah muncul atas dua alasan *Pertama*, lembaga keuangan syari'ah dijalankan dengan kerangka syari'ah, sebagai akibat dari hakikat transaksi yang berbeda dengan lembaga keuangan konvensional. *Kedua*, pengguna informasi akuntansi pada lembaga keuangan syari'ah adalah berbeda dengan pengguna informasi pada lembaga keuangan konvensional.

Disamping itu, perbedaan antara akuntansi konvensional dengan akuntansi syari'ah itu tidak hanya pada batas tujuannya saja, namun juga pada prinsip-prinsip dasarnya.

3. Analisis SWOT

Setelah mengetahui sasaran yang hendak dituju, yang harus dilakukan adalah mengukur dan mengetahui faktor internal berupa *kekuatan* dan *kelemahan* yang dimiliki PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu serta faktor eksternal yang berupa *peluang* dan *ancaman* yang dihadapinya dengan menggunakan *analisis. SWOT* untuk menentukan strategi yang tepat dalam pencapaian tujuan.

Analisis SWOT mengasumsikan bahwa strategi yang sukses adalah yang mampu memaksimalkan *kekuatan* dan *peluang*, serta dalam waktu yang sama mampu meminimalkan *kelemahan* dan *ancaman*, atau bahkan mampu merubah *kelemahan* dan *ancaman* menjadi suatu *kekuatan* dan *peluang*.

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, dapat diketahui *kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman* perusahaan, analisis ke empat variabel tersebut adalah:

a. Kekuatan (*Strength*)

1. Lokasi yang strategis.
2. Mempunyai divisi pendidikan bagi karyawan.
3. Mempunyai strategi yang terstruktur.
4. Mempunyai struktur organisasi yang baik.
5. Menggunakan sistem komputer berbasis Informasi (CBIS),
6. Kerjasama dan komunikasi yang baik antar Direksi dan karyawan.
7. Adanya budaya perusahaan yang telah dihayati dengan baik oleh karyawan.
8. Adanya DPS (Dewan Pengawas Syari'ah) yang dapat menjamin bahwa dalam operasinya Bank tidak menyimpang dari tuntutan Syan'ah Islam.
9. Memiliki karyawan yang berdedikasi dan loyalitas tinggi pada pekerjaan.
10. Adanya fasilitas dan tunjangan bagi karyawan.
11. Hubungan baik dengan lembaga-lembaga keuangan yang ada di sekitar wilayah, baik di wilayah Batu ataupun Malang.
12. Hubungan baik dengan Instansi Pemerintah, lembaga-lembaga

Pendidikan Islam, dan lembaga-lembaga keagamaan lainnya.

13. Murahnya biaya administrasi.
14. Wilayah pemasaran yang cukup luas, meliputi: daerah kecamatan Pujon, kecamatan Dau, kecamatan Karang Ploso, wilayah kota Batu dan Malang.
15. Faktor permodalan, kualitas aktiva produktif, manajemen, dan likuiditas yang baik/sehat.

b. Kelemahan (*weakness*)

1. Promosi belum berjalan secara Intensif.
2. Citra Bank belum begitu dikenal masyarakat.
3. Jumlah karyawan/ tenaga pemasaran terlalu kecil.
4. Sarana dan prasarana yang kurang memadai.
5. Kurangnya inovasi produk.
6. Kemampuan, profesionalisme, dan kualitas SDI (Sumber Daya Internal) yang terbatas.
7. Modal yang dimiliki belum mencukupi untuk memberikan pembiayaan *qardhul hasan*.

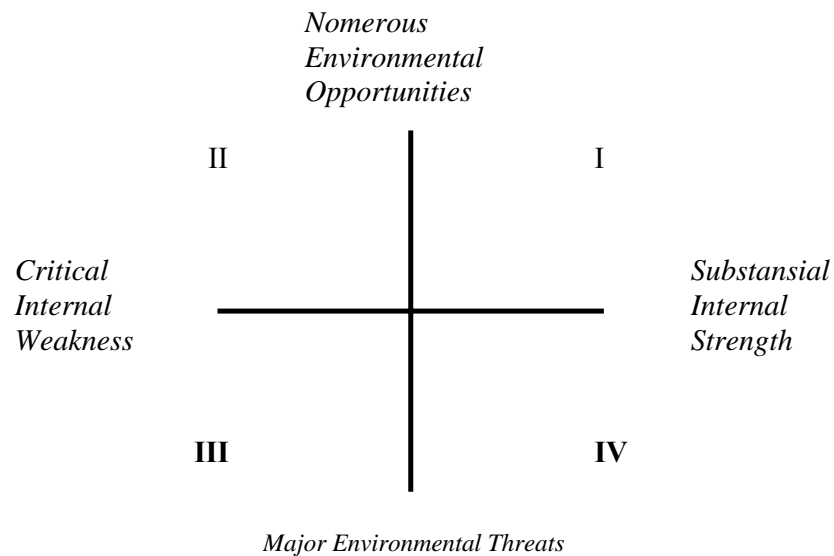
c. Peluang (*Opportunities*)

1. Adanya kebijakan pemerintah yang mengatur beroperasinya Bank Syari'ah.
2. Adanya kecenderungan memiliki jaringan ATM bersama antar Bank.
3. Merupakan satu-satunya BPR Syari'ah yang ada di wilayah Batu.
4. Lokasi yang strategis.
5. Mayoritas penduduk Indonesia/ wilayah sekitar beragama Islam.
6. Pertumbuhan penduduk yang cukup pesat.
7. Pendapatan perkapita penduduk meningkat.
8. Potensi ekonomi masyarakat Batu dan Malang yang cukup baik.
9. Kondisi perekonomian Indonesia yang membaik dewasa ini.
10. Banyaknya lembaga-lembaga pendidikan yang bernaafaskan Islam.
11. Perkembangan teknologi yang memungkinkan akses informasi secara cepat dan akurat.
12. Berubahnya kota Batu menjadi kota madya.
13. Globalisasi.

d. Ancaman (*Treats*)

1. Adanya deregulasi perbankan, yang mempermudah berdirinya Bank.
2. Hampir setiap Bank mengeluarkan kartu kredit dan mempunyai ATM..
3. Iklan dan promosi besar-besaran dari para pesaing.
4. Dinamika, arah, dan stabilitas politik yang inkonduusif bagi perkembangan dunia bisnis.
5. Berkembangnya pasar modal.
6. Globalisasi.
7. Gaya hidup.

Analisa SWOT dan langkah/ strategi yang akan diambil dapat dibantu dengan menggunakan matrix berikut:



Tabel 4.14 *SWOT Analysis Matrix*

Sumber: Sunarto, 1994, *hal* 124

Dari alat bantu diatas dapat ditemukan formula alternatif untuk masing-masing kuadran:

Kuadran I:

Merupakan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah *Market penetration* (Penetrasi Pasar), *Market Development* (Pengembangan Pasar), dan *Product Development* (Pengembangan Produk).

Kuadran II:

Merupakan strategi untuk meminimalisasikan bahkan menghapus kelemahan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi seperti ini adalah *Vertical Integration* dan *Conglomerate Diversification*.

Kuadran III:

Merupakan strategi untuk meminimalisir ancaman eksternal yang ada dengan kekuatan yang dimiliki. Fokus strateginya adalah *Turnaround*, *Divesment*, dan *Liquidation*.

Kuadran IV:

Merupakan strategi untuk meminimalisir atau bahkan menghilangkan kelemahan yang dimiliki internal dalam mensikapi ancaman dari eksternal. Fokus strateginya adalah *Horizontal Integration* dan *Consentic Diversification*.

4. Alternatif Strategi

Strategi ditetapkan setelah dilakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal. Penetapan strategi alternatif dilakukan untuk mempertimbangkan alternatif strategi yang akan dipilih sebagai strategi PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu. Dalam hal ini, alternatif strategi umum yang digunakan dalam pemasaran yang semua mengarah pada **keunggulan kompetitif** (*Competitif Advantage*), adalah sebagai berikut:

a. Penetrasi Pasar

Strategi ini digunakan bila masih banyak calon konsumen/ nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran Bank Syari'ah. Hal ini disebabkan karena:

- a. Produk Bank Syari'ah belum banyak dikenal.
- b. Pesaing lebih intensif menggarap konsumen/ pembeli sehingga tertarik pada produk mereka.
- c. Konsumen tidak mengetahui kelebihan/ keunggulan produk Bank Syari'ah.

Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan penetrasi pasar:

- a. *Low Price High Volume*
- b. Menambah lokasi (*blocking area*) atau menambah staf penjualan.
- c. Meningkatkan pelayanan yang cepat.
- d. Meningkatkan upaya pengiklanan produk Bank Syari'ah.
- e. Melakukan promosi penjualan: hadiah, bonus untuk anggota/ nasabah berprestasi.

b. Pengembangan Pasar

Strategi ini dilakukan bila konsumen/ nasabah yang telah ada dianggap jenuh, atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicarikan konsumen/ nasabah baru yang secara geografis/ demografis berbeda dengan pasar yang lama. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan pasar:

- a. Menambah lokasi atau kantor cabang didaerah lain.
- b. Strategi jemput bola pada konsumen atau calon nasabah yang selama ini dianggap bukan merupakan pangsa pasar Bank Syari'ah.

c. Pengembangan Produk

Strategi ini menyangkut perubahan/ penyempurnaan dan penambahan produk yang ditawarkan. kepada konsumen/ nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan. Upaya yang dapat dilakukan guna melakukan pengembangan produk:

- a. Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan latent dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen atau nasabah yang akan datang.
- b. Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

d. Diversifikasi Produk

Strategi ini merupakan pengembangan produk baru tetapi masih berhubungan dengan produk lama dan ditawarkan kepada pasar baru. Upaya yang dilakukan guna melakukan diversifikasi produk:

- a. Melakukan riset mengenai produk pasar/ konsumen baru.
- b. Membuat produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

5. Penetapan Strategi

Perubahan situasi yang terjadi pada lingkungan yang ada, sering menyebabkan perubahan strategi yang sedang diterapkan pada sebuah perusahaan. Begitu pula dengan strategi yang diterapkan pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu tentunya akan mengalami perubahan sesuai dengan berubahnya kondisi lingkungan.

Sebagai pertimbangan atas berubahnya kondisi lingkungan yang ada, serta berdasarkan analisa SWOT yang penulis lakukan, maka strategi yang tepat untuk diterapkan pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, adalah:

Pertama: Strategi Penetrasi Pasar.

Strategi ini digunakan karena masih banyak calon konsumen/ nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu. Hal ini disebabkan karena:

- Produk yang dimiliki belum banyak dikenal.
- Pesaing lebih intensif menggarap konsumen/ pembeli sehingga tertarik pada produk mereka.
- Konsumen tidak mengetahui kelebihan/ keunggulan produk yang dimilikinya.

Kedua: Pengembangan Pasar.

Strategi ini dilakukan karena konsumen/ nasabah yang telah ada dianggap jenuh, atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicarikan konsumen/ nasabah baru yang secara geografis/ demografis berbeda dengan pasar yang lama.

Ketiga: Pengembangan Produk.

Strategi ini menyangkut perubahan/ penyempumaan dan penambahan produk yang ditawarkan kepada konsumen/ nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan.

6. Implementasi Strategi

Strategi induk yang telah ditetapkan, harus diimplementasikan ke dalam kebijakan-kebijakan yang lebih konkrit sesuai dengan fungsionalnya yang diperlukan sebagai acuan dalam pengambilan sebuah keputusan. Kebijakan-kebijakan tersebut akan menunjang bagaimana Sumber Daya Insani harus dialokasikan dan bagaimana tugas yang diberikan dalam organisasi harus dihasilkan, sehingga dapat diterapkan strategi yang tepat guna tercapainya tujuan perusahaan.

Arus pada proses pelaksanaan strategi ditentukan secara bebas, artinya kegiatan yang akan dilakukan oleh PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu tidak harus dilaksanakan secara berurutan, tetapi yang terpenting adalah arus pelaksanaan mengalir dari dan kedalam penentuan strategi.

Kebijakan fungsional yang dimaksud meliputi: kebijakan pemasaran, Sumber Daya Insani, operasional, dan keuangan.

a. Kebijakan dalam Bidang Pemasaran

- Mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang dan di masa yang akan datang.
- Menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut.
- Memambah lokasi (*blocking area*) dan menambah staf penjualan.
- Melakukan riset mengenai kebutuhan pasar/ nasabah baru.

- Strategi jemput bola pada nasabah atau calon nasabah yang selama ini dianggap merupakan pangsa pasar.
- Selain memperluas pangsa pasar, kebijakan promosi yang efektif juga harus terus dilakukan untuk mencapai sasaran dan meningkatkan peluang yang ada. PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dapat menggunakan beberapa macam sarana promosi seperti: periklanan (*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*) dengan aktif di berbagai media komunikasi, tidak hanya di satu media saja, dengan tujuan menginformasikan, menarik, mempengaruhi caloh. nasabahnya, dan agar dapat membangun *image* di masyarakat terhadap produk--produk yang dihasilkan.
- Peningkatan jaringan kerja melalui pola kerjasama dengan lembaga-lembaga keuangan lain guna mendekati para pengusaha kecil, menengah, dan koperasi di wilayah sekitar sesuai dengan tujuan pengembangan sektor riil.

Adapun kebijakan pemasaran yang berkaitan dengan pengembangan produk adalah:

- *Low price high volume.*
- Meningkatkan upaya pengiklanan produk.
- Melakukan riset mengenai produk atau kebutuhan latent dari konsumen yang dapat dikembangkan dan menjadi produk yang dibutuhkan oleh konsumen/ nasabah.
- Melakukan modifikasi produk baik dari sisi pelayanan yang lebih
- Yang cepat dan administrasi yang tidak menghambat kelancaran pelayanan.

b. Kebijakan dalam Bidang Operasional

- Menyusun dan menyempurnakan berbagai sarana dan prasarana guna memungkinkan tampil sesuai dengan ciri-ciri syari'ah yang memiliki (sistem yang benar dan penguasaan produk-produk syari'ah serta pendukung baik itu *software/* sistem yang sesuai dengan syari'ah dan sistem akuntansi).
- Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan cepat terhadap nasabah dengan meningkatkan sistem kerja dan kemampuan teknologi yang lebih baik untuk mendukung proses administrasi dan data processing.

c. Kebijakan dalam Bidang SDI

- Lebih memperhatikan peranan SDI dengan memberikan pelatihan-pelatihan secara *intern* maupun *ekstern* guna meningkatkan pengetahuan dan kemampuan di bidang perbankan dan bidang usaha lainnya di sekitar wilayah.

- Melakukan penyesuaian-penyesuaian di samping pelatihan-pelatihan dan pengembangan karyawan, seperti: pemberian kompensasi yang adil termasuk berbagai fasilitas kesejahteraan terhadap karyawan, perencanaan karier secara transparan dan jelas terhadap karyawan.
- Mengelola SDI agar lebih berkualitas dengan merancang analisis jabatan (*job analysis*) perusahaan. Karena analisis jabatan akan membantu dalam rangka penempatan karyawan sesuai dengan bidang dan kemampuannya.
- Membuat perencanaan kerja menyangkut jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan berikut persyaratan-persyaratan lainnya agar sesuai dengan *job description* yang ada.
- Dalam melakukan rekrutmen tenaga baru, terlebih dahulu harus mengetahui sumber-sumber rekrutmen SDI yang ada, sehingga dapat dilakukan rekrutmen ke sumber-sumber tersebut.

d. Kebijakan dalam Bidang Keuangan

- Pemilihan sumber dana sangat menentukan besar kecilnya biaya yang ditanggung. Oleh karena itu, pemilihan sumber dana harus dilakukan, secara tepat.
- Dalam penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Biaya, manajemen seoptimal mungkin meningkatkan hasil yang lebih baik dari tahun sebelumnya untuk mencapai target pencapaian.
- Meningkatkan penyaluran dana/ pembiayaan pada aktiva produktif
- Penempatan dana pada Bank lain.
- Menentukan arch penggunaan dana yang tersedia untuk mendukung strategi yang ditetapkan.
- Mengembangkan informasi manajemen di bidang keuangan.
- Menerapkan sistem PSAK '59 IAI.

7. Evaluasi strategi

Evaluasi strategi merupakan tahapan akhir dari proses manajemen, dimana manajer puncak/ Direksi mencoba menjamin atau menentukan bahwa dari strategi yang mereka pilih terlaksana dengan tepat dan dapat mencapai tujuan perusahaan dari strategi yang dipilihnya.

Proses evaluasi strategi dapat dilakukan oleh PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu dengan melalui beberapa langkah:

1. Menentukan standart untuk mengukur kinerja perusahaan dan membuat

- batas toleransi yang dapat diterima untuk tujuan, sasaran dan strategi.
2. Menghitung dan mengukur hasil kinerja yang telah dicapai.
 3. Membandingkan antara standart dengan hasil yang dicapai dan jika melampaui batas toleransi harus dianalisa penyebabnya.
 4. Mengambil tindakan perbaikan jika diperlukan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Keberadaan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu sebagai salah satu lembaga keuangan Islam tentunya diharapkan akan dapat berfungsi sebagai lembaga yang dalam operasionalnya dapat membantu masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan mereka secara berkesinambungan. Walaupun tidak dapat dipungkiri bahwa lingkungan yang dihadapi akan mengalami perubahan secara cepat dan *unpredictionable*.

Berdasarkan analisa lingkungan SWOT (analisa lingkungan eksternal dan internal) diatas, dapat disimpulkan bahwa PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu berada pada posisi Kuadran I. Dimana Kuadran I merupakan strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada. Adapun alternatif strategi yang ditetapkan berdasarkan analisa SWOT yang penulis lakukan, adalah strategi *Penetrasi Pasar*, *Pengembangan Pasar*, dan *Pengembangan Produk*.

Strategi *Penetrasi Pasar* digunakan karena masih banyak calon konsumen/ nasabah yang belum terjangkau di daerah pemasaran PT. BPR. Syari'ah Bumi Rinjani Batu. Hal ini disebabkan karena: produk yang dimiliki belum banyak dikenal, pesaing lebih intensif menggarap konsumen/ pembeli sehingga tertarik pada produk mereka, konsumen tidak mengetahui kelebihan/ keunggulan produk yang dimilikinya.

Strategi *Pengembangan Pasar* dilakukan karena konsumen/ nasabah yang

telah ada dianggap jenuh, atau sasaran konsumen lama sudah tidak dapat ditambah lagi sehingga perlu dicarikan konsumen/ nasabah baru yang secara, geografis/ demografis berbeda dengan pasar yang lama.

Sedang strategi *Pengembangan Produk* menyangkut perubahan/ penyempurnaan dan penambahan produk yang perlu ditawarkan kepada konsumen/ nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk memperpanjang usia produk yang ditawarkan.

B. SARAN

Setelah menganalisa kondisi lingkungan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu secara keseluruhan, baik berupa kekuatan, kelemahan, peluang ataupun ancaman, dari sini dapat dikatakan bahwa PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu perlu mengembangkan kemampuan yang dimiliki untuk lebih memantapkan usahanya dimasa yang akan datang.

Adapun saran yang dapat penulis berikan dalam rangka pencapaian misi dan tujuan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, adalah:

- o Mengingat bahwa Bank Syari'ah di wilayah Batu sangat terbatas, hendaknya PT. BPR Syari'ah dapat melakukan sosialisasi lebih efektif terutama berkaitan dengan keunggulan komparatif dari perbankan syari'ah yang ada, dan dapat menentukan media promosi yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang ada, seperti:
 - Brosur yang menarik.
 - Mengadakan pengajian rutin antar nasabah, pengelola, dan pengurus.
 - Memberikan bonus kepada nasabah yang berprestasi.
 - Mengadakan seminar-seminar mengenai lembaga keuangan syari'ah, dan selalu berperan serta dalam seminar-seminar serupa.
 - Lewat media elektronik.

- Selalu melakukan evaluasi berkala terhadap rencana kerja yang lalu, terkini, dan masa yang akan datang.
- Lebih aktif dalam mengikuti perkembangan pasar.
- Mengembangkan pola pembinaan dan pendampingan Kelompok Usaha Ekonomi Produktif (USEP) dan kelompok binaan lainnya.
- Peningkatkan mutu SDI melalui pola kajian rutin mingguan/ bulanan, dan menjadikan seluruh SDI yang ada, merupakan *marketer* (pemasar) bagi perusahaan.
- Berperan aktif dalam setiap, kajian pemerintahan wilayah setempat terutama dalam upaya pengembangan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat menengah kebawah.
- Perlu lebih ditingkatkan upaya sosialisasi yang intensif melalui media interpersonal (*kyai/ ulama*), media elektronik maupun media cetak.
- Harus mampu memberikan pemahaman kepada konsumen, hal ini dapat dilakukan dengan membentuk *asosiasi* perbankan syaria'ah.
- Dalam menentukan, target rencana kerja dan anggaran biaya, manajemen seoptimal mungkin mempertimbangkan faktor kunci sukses perusahaan, terutama berupa dukungan kebijakan dari pemerintah setempat, potensi ekonomi yang ada, dan tingkat persaingan.
- Memperhatikan dan memanfaatkan *faktor kunci sukses pengelolaan Bank Syaria'ah*, diantaranya: karena kehadiran lembaga keuangan syaria'ah seperti PT. BPR Syaria'ah adalah memiliki misi utama/ khusus, yakni: ***misi sosial dan bisnis***. Dengan demikian, dalam pengelolaannya adalah lebih rawan dibandingkan dengan, perbankan konvensional. Karena, disitu ada

misi, maka bukan saja kernungkinan perusahaan yang rugi, tetapi disitu membawa nama *syari'at*. Terdapat 2 (dua) cara untuk dapat mengemban misi tersebut: *Pertama*, harus ditumbuhkan tekad yang kuat dari para pengelolanya dalam mengemban dan menjadikan berhasilnya pelaksanaan misi. *Kedua*, dalam pengelolaan perusahaan perlu dicarikan orang-orang atau sumber daya yang memang betul-betul professional. *Artinya*, adalah sumber daya yang bisa memahami secara konsep keagamaan (*syari'at*) dan keterampilan operasional perbankan syari'ah. Jika kedua hal ini dapat dimiliki oleh pengelola PT. BPR. Syari'ah Bumi Rinjani Batu, maka *Insyallah* pencapaian misi dan target operasional yang direncanakan dapat terwujud. Kemudian agar likuiditas tetap terjaga, yang harus dilakukan PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu, *Pertama*: penggalangan ummat. Karena perusahaan berada dalam masyarakat yang mayoritas, umat Islam. Kuncinya adalah kekompakan tiga komponen pengurus, yaitu: Direksi, Komisaris, dan Dewan Syari'ah. Jika ketiganya kompak, maka masalah pasokan sumber dana dapat tertolong. Kalau tidak, maka tidak lagi terlihat kalau PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu adalah Bank Islam. *Kedua*, kalau misalnya terpaksa harus memberikan imbalan bagi hasil yang memadai, maka lebih baik PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu jangan dulu menerima simpanan. Pergunakan dulu dana saham. Setelah ada hasilnya, baru buka simpanan. Itupun harus diinformasikan (pengertian) kepada nasabah, mungkin yang diterima masih lebih kecil dari pada tingkat bunga yang berlaku.

- Untuk strategi pengelolaan pembiayaan: PT. BPR Syari'ah secara bertahap harus mengembangkan sistem pembiayaan *mudharabah* dan *musyarakah* agar *portofolio* pembiayaannya tidak terlalu didominasi oleh pembiayaan *murabahah*. Karena dambaan pengusaha kecil adalah dalam pembiayaan tidak menuntut jaminan (agunan) yang memberatkan. Ini dapat diselesaikan dengan pengembangan produk pembiayaan sistem *ijarah wal murabahah*, yaitu: barang dimanfaatkan oleh nasabah sementara kepemilikannya pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-ma, Buchari, 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung..
- Anonimous, 1993, *Pedoman Pengelolaan Bank Syari'ah*, LPPBS, Jakarta.
- Antonio, Syafi'i, 2001, *Bank Syari'ah dari Teori ke Praktik*, Gema Insani, Jakarta.
- Arifin, Zainul, 2003, *Dasar-dasar Manajemen Bank Syari'ah*, Alvabet, Jakarta.
- BPS Malang**, 2001.
- Departemen Agama RI, 2000, *Al-qur'an dan Terjemanya*, Diponegoro, Bandung.
- E. Jerome Me Carthy William D. Perreult, JR., 1996, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta.
- Jauch, R., Lawrence, dan Gluek, F., William, 1998, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan (Alih Bahasa Murrod, Econ dan A.R. Henry Sitanggun)*, Erlangga, Jakarta.
- Kasmir, 2001, *Manajemen Perbankan*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Keegan, J., Warren, 1996, *Manajemen Pemasaran Global I*, Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran I & II (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*, PT. Prehallindo, Jakarta.
- , 2000. *Manajemen Pemasaran I (Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol)*, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Lamb, Hair,. Me Daniel, 2001, *Pemasaran I*, Salemba Empat, Jakarta.

Muhammad, 2000, *Lembaga-lembaga Keuangan umat Kontemporer*, UUI Press, Yogyakarta.

-----, 2002, *Manajemen Bank Syariah*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.

Nazir, M., 1999, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Republika, Desember 2002.

Siagian, Sondang P., 1995, *Manajemen Strategik*, Bumi Aksara, Jakarta.

Sri Wahyudi, Agustinus, 1996, *Manajemen Strategi*, Binapura Aksara, Jakarta.

Sumarni, Multi, dan Soeprihanto, John, 1997, *Pengantar Bisnis*, Liberty, Yogyakarta.

Supriyono, 1990, *Manajemen Strategi Bisnis*, BPFE, Yogyakarta.

Stoner, George A. dan Miner, John B., 1998, *Kebijakan dan Strategi Manajemen (Alih Bahasa Ticoalu dan Agus Dharma)*, Erlangga, Jakarta.

www. Plasa. Do. id

www. Google. Do. id



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG
JL. GAJAYANA 50 TELP. (0341) 551354 FAX. (0341) 547453**

BUKTI KONSULTASI

**Nama : Erna Dewi Kusumawati
NIM : 99220889
Pembimbing : Abdul Kadir Usry, SE., MM. AK
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pembiayaan
Pada PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu**

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	TTD Pembimbing
1	07 April 2003	Proposal	1.
2	01 Januari 2004	Bab I II III	2.
3	03 Januari 2004	Revisi Bab I II III	3.
4	08 Januari 2004	Acc Bab I II III	4.
5	10 Maret 2004	Bab IV V	5.
6	15 Maret 2004	Acc Bab IV V	6.
7	23 Maret 2004	Acc Keseluruhan	7.

**Malang, 23 Maret 2004
Pj. Dekan Fakultas Ekonomi**

**Jamal Lullail Yunus SE., MM
NIP. 150 299 506**

DEPARTEMEN AGAMA RI
Universitas Islam Indonesia-Sudan Malang
JL. Gajayana No. 50 Dinoyo Telp. 0341-551354 Fax. 0341-572533

Nomor : E.III/FE.007/III/2003
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Bimbingan Skripsi Mahasiswa**

Malang, 6 Maret 2003

Kepada
Yth. Bapak / Ibu **Abdul Kadir Usry, SE, MM, Ak**
Dosen Jurusan Manajemen Syari'ah
Universitas Islam Indonesia-Sudan Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengharap kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan Bimbingan Skripsi kepada mahasiswa;

Nama : **Erna Dewi K**
NIM : **99220889**
Prodi : **Manajemen Syariah**
Semester : **VIII**
Judul Skripsi : **Strategi Personal Selling Upaya Meningkatkan Penjualan Kredit Berbasis Syari'ah Pada Bank X**


Jangka Waktu Penyusunan : 1 (satu) semester
Mulai Tanggal : **April 2003**
Sampai Tanggal : **Agustus 2003**

Adapun kesempurnaan judul, outline dan proposal diserahkan kepada Bapak / Ibu pembimbing melalui proses bimbingan dan atau seminar.

Demikian atas kesediaan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

a.n. PJ. Rektor
PJ. Dekan Ekonomi


Jamal Lulail Yunus, SE, MM
NIP. 150 299 506

Keterangan :

1. Surat Pengantar ini dibuat rangkap 3 (tiga) dengan rincian:
 - Satu berkas untuk Dosen Pembimbing
 - Satu berkas untuk arsip Jurusan/Program Studi
 - Satu berkas untuk mahasiswa yang bersangkutan
2. Masing-masing dilengkapi dengan outline dan proposal

BANK SYARIAH
BUMI RINJANI BATU
AMANAH DALAM BERMUAMALAH

PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH
Gedung Bumi Rinjani Lt. 1 Jl. Dewi Sartika No. 10 Batu
Telp./ Fax. (0341)- 596596, 596577

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Direksi PT. BPR Syariah Bumi Rinjani Batu, menerangkan bahwa:

Nama : Erna Dewi Kusumawati
Nim : 99220889
Jurusan : Manajemen

Mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia-Sudan Malang Fakultas Ekonomi Telah melakukan *Research/* Penelitian di PT. BPR Syariah Bumi Rinjani Batu, Jl. Dewi Sartika 10 Batu mulai tanggal 16 Januari 2004 sampai tanggal 1 Maret 2004.

Demikian Surat keterangan ini dibuat, agar di pergunakan seperlunya

Batu, 23 Maret 2004
PT. BPR SYARIAH BUMI RINJANI BATU



ABD. Rohim
Direktur

PT. BPRS BUMI RINJANI BATU
JL. DEWI SARTIKA NO. 10
TEL/FAX : (0341) 596596-596577

PERJANJIAN PEMBIAYAAN MUDHARABAH
Nomor:/BPRS-BRB/...../2003

"Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad perjanjian itu"
"Cukupkanlah takaran jangan kamu menjadi orang yang merugikan"
(Q.S. Al maa'idah 1 dan Asy Syu'ara 181)

Perjanjian Pembiayaan Mudharabah ini dibuat dan ditandatangani pada hari tanggal oleh dan antara :

1. Nama : M. Edwin D. Ramafitra
Jabatan : Direktur Utama

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Bumi Rinjani Batu yang berkedudukan di JL. Dewi Sartika No. 10 Batu (untuk selanjutnya disebut SHAHIBUL MAAL atau BANK).

2. Nama :
Pekerjaan :
Alamat :

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama telah mendapat persetujuan dari Loan Commite PT. BPR Syari'ah Bumi Rinjani Batu sebagaimana tertera dalam Surat Persetujuan Pembiayaan Tanggal(untuk selanjutnya disebut MUDHARIB atau NASABAH).
Bahwa BANK dan MUDHARIB secara bersama-sama disebut sebagai para pihak. Para pihak telah sepakat bahwa untuk maksud-maksud tersebut, para pihak akan menandatangani dan melaksanakan suatu perjanjian berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan sebagai berikut :

Pasal 1

BENTUK KERJASAMA DAN PENGGUNAANNYA

1. Kerjasama yang dimaksud adalah pembiayaan dengan prinsip mudharabah atas sebuah proyek dengan usaha dan barang sesuai dengan surat permohonan yang ditujukan kepada BANK
2. Terhadap proyek tersebut adalah Bank memberikan modal sebesar atau sebesar % (.....) dari total nilai proyek dan dengan ini sekaligus MUDHARIB mengakui dengan sebenarnya dan secara sah telah menerima modal dari BANK sebagaimana tersebut diatas.
3. MUDHARIB berjanji akan mengelola dan menggunakan modal dari BANK tersebut semata-mata hanya untuk menyelesaikan dan memenuhi proyek tersebut diatas.

Pasal 2

JANGKA WAKTU KERJASAMA

Jangka waktu kerjasama sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 ayat 1 tersebut di atas adalah selamaterhitung sampai dengan

Pasal 3

BAGI HASIL DAN PENGEMBALIAN MODAL

1. Porsi bagi hasil antara BANK dan MUDHARIB atas proyek sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 ayat 1 perjanjian ini disepakati sebesar% (BANK% dan MUDHARIB%) dari total nilai proyek.
2. Pengembalian modal BANK sebagaimana tertera dalam pasal 1 ayat 2 dan pembagian hasil usaha sebagaimana tertera dalam pasal 3 ayat 1 akan dilakukan pada saat proyek telah jatuh tempo dan telah terbayar.
3. Kerugian yang terjadi atas proyek sebagaimana tersebut dalam pasal 1 ayat 1 akan ditanggung seluruhnya oleh SHAHIBUL MAAL atau BANK, kecuali apabila kerugian tersebut terjadi semata-mata karena kesalahan, kelalaian dan kecurangan MUDHARIB maka kerugian harus ditanggung sendiri oleh MUDHARIB, dan selanjutnya MUDHARIB harus mengembalikan modal serta membebaskan BANK dari segala tuntutan, gugatan dan ganti rugi proyek tersebut.

Pasal 4

HAK DAN KEWAJIBAN MUDHARIB

1. Mudharib berhak atas bagi hasil usaha
2. Mudharib berkewajiban untuk mengelola usahanya yang sesuai dengan perjanjian
3.

Pasal 5

SYARAT-SYARAT REALISASI PEMBIAYAAN

1. MUDHARIB telah memiliki rekening Tabungan Mudharabah pada BANK sebagai media pencairan modal/realisasi pembiayaan.
2. MUDHARIB telah memenuhi dan menyerahkan semua persyaratan/dokumen yang ditetapkan di dalam Surat Penawaran yang telah dikeluarkan oleh BANK dan disetujui oleh MUDHARIB.

Pasal 6

BIAYA – BIAYA

1. Biaya yang terjadi sehubungan dengan pelaksanaan perjanjian ini berupa biaya administrasi dan meterai menjadi tanggungan MUDHARIB.
2. Biaya-biaya yang terjadi sehubungan dengan pelaksanaan penyelesaian proyek sebagaimana tersebut dalam pasal 1 ayat 1 menjadi tanggung jawab MUDHARIB sepenuhnya.

Pasal 7

PERISTIWA CIDERA JANJI

1. Fasilitas pembiayaan dan atau semua dana yang menjadi hak BANK menurut perjanjian ini akan dibayarkan secara seketika dan sekaligus oleh MUDHARIB apabila terjadi suatu peristiwa yang menurut syarat-syarat dan ketentuan perjanjian ini dan atau perjanjian lainnya sebagai tambahan pada perjanjian ini merupakan suatu cidera janji dari MUDHARIB, dan BANK dapat tanpa permintaan atau pemberitahuan tentang maksudnya melepaskan hak MUDHARIB yang merupakan jaminan berdasarkan perjanjian ini atau dengan perjanjian lain yang merupakan tambahan dari perjanjian ini.
2. MUDHARIB akan mengizinkan wakil dari BANK yang akan diberi wewenang untuk itu, untuk melakukan inspeksi terhadap jaminan yang diberikan, memeriksa pembukuan dan catatan MUDHARIB setiap waktu dan wakil tersebut akan berhak membuat copy dari pembukuan dan catatan tersebut semuanya atas biaya dari MUDHARIB.

**Pasal 8
KETERPISAHAN**

Jika satu atau lebih ketentuan dari perjanjian berlaku, tidak sah atau tidak dapat diberlakukan sama sekali menurut undang-undang atau peraturan yang berlaku, maka keabsahan sahnya dan berlakunya ketentuan lainnya yang termaktub dalam perjanjian ini dalam segala hal tidak terpengaruh atau terganggu, MUDHARIB akan menandatangani dokumen-dokumen tambahan yang akan diminta BANK agar supaya ketentuan-ketentuan yang dianggap batal, tidak sah dan atau tidak diberlakukan tersebut menjadi berlaku.

**Pasal 9
ARBITRASE**

Jika terjadi sengketa dari perjanjian ini yang tidak dapat diselesaikan secara damai, akan diselesaikan melalui dan menurut peraturan Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI) bersifat mengikat dan dapat berlaku disemua pengadilan.

**Pasal 10
BUKTI TANDA TERIMA**

Surat perjanjian ini berlaku sebagai tanda bukti pembayaran fasilitas pembiayaan dari BANK kepada MUDHARIB.

**Pasal 11
KETENTUAN TAMBAHAN**

Hal - hal yang belum diatur dalam perjanjian ini akan diatur kemudian berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak ke dalam surat atau akta yang merupakan satu kesatuan dengan perjanjian.
Demikian perjanjian pembiayaan ini telah diketahui dan dipahami serta disepakati oleh kedua belah pihak dengan penuh kesadaran tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Batu,
BANK

MUDHARIB

Materai

M. Edwih.D. Ramafitra
Direktur Utama

.....

Saksi : 1.....

2.....

BPRS. Bumi Rinjani Batu
Jl. Dewi Sartika No. 10 Batu
Telp (0341) 596596

PERJANJIAN JUAL BELI (MURABAHAH)
Nomor :/BPRS-BRB/...../.....

Bismillahirrohmanirrohim

"Hai orang-orang yang beriman, penuhi akad-akad perjanjian itu"
 "Cukupkanlah takaran, jangan kamu menjadi orang-orang yang merugikan"
 (QS. Al-Maidah 1 dan Asy-syu'ara 181)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Edwin Ramafitra,SE.
 Jabatan : Direktur Utama
 Alamat : Griya Shanta E-725 Malang

Selanjutnya disebut sebagai pihak Bank (Pihak I)

Dengan ini membuat kesepakatan atau perjanjian pembiayaan dengan:

Nama :
 Pekerjaan :
 Tmp/Tgl lahir :
 Alamat :

Selanjutnya disebut sebagai nasabah (Pihak II)

Pada hari ini Tanggal, Pihak I dan pihak II setuju dan sepakat untuk menandatangani serta melaksanakan suatu perjanjian jual beli Murabahah sebagai berikut:

Pasal 1
JUAL BELI

Pihak I telah menjual kepada Pihak II dengan harga jual Rp. sehingga Pihak II telah membayar uang muka sebesar Rp. dan sisa sebesar Rp. diangsur oleh Pihak II selama

Pasal 2
JANGKA WAKTU, ANGSURAN DAN BIAYA-BIAYA

- Perjanjian jual-beli ini diberikan untuk jangka waktu bulan terhitung sejak perjanjian ini ditandatangani yaitu tanggal sampai dengan , sedangkan pembayaran angsuran akan dilakukan oleh Pihak II selambat-lambatnya tanggal.....dengan jumlah angsuran minimal setiap bulan sebesar Rp.
- Semua pembayaran kembali angsuran dilakukan melalui rekening yang dibuka oleh dan atas nama Pihak II di Bank atau dengan cara lain sebagaimana disetujui oleh Pihak I kemudian pihak I mendebet rekening pihak II guna pembayaran kembali hutang dan biaya-biaya lainnya.
- Dalam hal pembayaran angsuran daripada jual beli tersebut jatuh pada hari bukan hari kerja bank, maka pihak II akan melakukan pembayaran pada hari berikutnya.
- Pihak II diwajibkan membayar biaya administrasi secara tunai sebesar sebelum atau pada saat perjanjian ini ditandatangani.
- Dalam hal diperlukan jasa-jasa Notaris, Asuransi atau jasa-jasa lainnya sehubungan dengan pelaksanaan perjanjian ini maka segala biaya tersebut harus ditanggung oleh Pihak II.

Pasal 3
PENGUTAMAAN PEMBAYARAN

- Pihak I tidak mengenakan denda terhadap pembayaran kembali, pelunasan yang terlambat kecuali denda yang disebabkan karena perundang-undangan, Pihak II akan lebih mengutamakan kewajiban pembayaran ini dari pada kewajiban pembayaran kepada pihak lain.
- Semua bukti yang akan dikeluarkan oleh Pihak I atau kuasanya adalah merupakan bukti yang sah yang diakui oleh Bank.
- Pembayaran angsuran melalui pendebitan Tabungan.

Pasal 4**SYARAT-SYARAT REALISASI JUAL BELI**

1. Pihak I harus menyerahkan Permohonan jual beli yang berisi perincian mengenai barang-barang yang akan dibeli, tanggal pembayaran dan kepada siapa pembayaran tersebut harus dilakukan serta hal-hal lain yang diperlukan sehubungan dengan Realisasi jual beli tersebut, paling lambat 1 (satu) hari sebelum tanggal yang ditetapkan.
2. Pihak II wajib membuka rekening pada Bank sebelum atau pada saat Realisasi Jual Beli dilakukan.
3. Realisasi Jual Beli dilakukan setelah kedua belah pihak menandatangani Perjanjian ini dan setelah semua pengikatan jaminan dan lampiran-lampiran yang berkenaan dengan perjanjian ini ditandatangani sebagaimana mestinya serta dokumen-dokumen asli barang jaminan telah diserahkan oleh Pihak II.

Pasal 5**PERISTIWA CIDERA JANJI**

Apabila terjadi hal-hal dibawah ini maka Pihak II dianggap Cidera Janji:

1. Kelalaian Nasabah untuk untuk membayar kembali angsuran tepat pada waktunya. 3 hari lewatnya waktu pembayaran telah memberi bukti yang cukup bahwa Pihak II telah melalaikan tugasnya, untuk itu kedua pihak sepakat untuk mengesampingkan pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2. Apabila ada pernyataan, bukti-bukti yang diperlukan dalam perjanjian ini ternyata tidak benar, tidak tepat atau menyesatkan.
3. Apabila pihak II mengajukan permohonan resmi kepada Pengadilan Negeri untuk dinyatakan pailit.
4. Putusan Pengadilan atau instansi Pemerintah yang menerangkan bahwa dokumen-dokumen yang disebutkan dalam Pasal 4 adalah tidak sah atau dengan cara tidak dapat diberlakukan.
5. Jika barang jaminan yang diserahkan pihak II tidak benar/tidak sah/palsu atau dilakukan sitaan/eksekusi oleh pihak lain.

Pasal 6**PERNYATAAN DAN JAMINAN**

1. Untuk menjamin pembayaran kembali hutangnya, maka dengan ini pihak II menyerahkan barang jaminan berupa:

2. Pihak II akan mengizinkan pihak I atau yang diberi kuasa untuk melakukan inspeksi terhadap barang jaminan, memeriksa pembukuan dan catatan pihak II setiap waktu dan pihak I berhak membuat salinan dari pembukuan dan catatan tersebut, semuanya atas biaya dari pihak II.
3. Jaminan yang diserahkan seperti tersebut dalam pasal 6 ayat 1 akan dilakukan pengikatan jaminan yang merupakan satu kesatuan dengan perjanjian ini.

Pasal 7**KUASA MENJUAL**

Jika sampai jatuh tempo waktu pembayaran hutang pihak II belum terlunasi atau terjadi adanya cidera janji/wanprestasi maka sebagai jaminan akan dibayarnya kembali semua utangnya, pihak II memberi kuasa kepada pihak I untuk menjual, memindahtangankan kepada pihak lain atau kepada pihak I sendiri, atas jaminan yang telah diserahkan yaitu barang jaminan yang telah diuraikan seperti dalam pasal 6 ayat 1. dalam hal ini surat perjanjian ini berlaku sebagai surat kuasa penuh dari pihak II kepada pihak I. Dengan jaminan sebagai berikut :



PT. BPR SYARIAH
BUMI RINJANI BATU

Batu,

Kepada Yth.

Pimpinan PT. BPR SYARIAH BUMI RINJANI BATU

di -

Batu

Hal : PERMOHONAN PEMBIAYAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :
Tempat / Tgl. Lahir :
Pekerjaan :
Alamat :

Bersama ini, dengan hormat saya mengajukan permohonan pembiayaan untuk :

Dengan keterangan sebagai berikut :

1. Jenis Pembiayaan :
2. Jumlah Pembiayaan : Rp.
3. Pembiayaan sebelumnya : Rp.
4. Jangka waktu :
5. Angsuran : Rp.
6. Nisbah :

Dan sebagai bahan pertimbangan saya lampirkan Foto Copy :

- Kartu Tanda Penduduk (KTP) yang berlaku
- Kartu Keluarga (KK)
- Jaminan :
- Persyaratan lainnya *) :

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan. Atas perkenan, perhatian dan bantuan saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pemohon,

(.....)
Nama Terang

CATATAN :

Sebelum diajukan, persyaratan harus dilengkapi
) foto copy KTP, KK, Jaminan rangkap 2

4. KEMAMPUAN PELUNASAN PINJAMAN

- Kemampuan Angsuran :
- Sumber dana pelunasan lainnya :

5. AGUNAN / JAMINAN

- Jenis Agunan :
- Nilai Agunan :
- Nilai Taksasi :

6. KESIMPULAN

Charakter	: <input type="checkbox"/> Baik	<input type="checkbox"/> Cukup Baik	<input type="checkbox"/> Kurang Baik
Capital	: <input type="checkbox"/> Baik	<input type="checkbox"/> Cukup Baik	<input type="checkbox"/> Kurang Baik
Capacity	: <input type="checkbox"/> Baik	<input type="checkbox"/> Cukup Baik	<input type="checkbox"/> Kurang Baik
Condition of Economy	: <input type="checkbox"/> Baik	<input type="checkbox"/> Cukup Baik	<input type="checkbox"/> Kurang Baik
Collateral	: <input type="checkbox"/> Baik	<input type="checkbox"/> Cukup Baik	<input type="checkbox"/> Kurang Baik

7. MENGUSULKAN

- Jumlah Pembiayaan : Rp.
- Nisbah Bagi Hasil :
- Harga Beli : Rp.
- Keuntungan : Rp.
- Harga Jual : Rp.
- Jangka Waktu :
- Pengikatan :

8. SYARAT - SYARAT LAIN

- Akad Pembiayaan ditanda tangani suami dan istri
- Akad Pembiayaan Dilegalisir Notaris / Dibawah tangan.
- Semua surat - surat asli jaminan / agunan pembiayaan disimpan di Bank.

Demikian hasil analisa pembiayaan atas nama Debitur tersebut diatas dengan permohonan untuk mendapatkan persetujuan Direksi.

Batu,

Disposisi Direksi

Kabag Marketing

Account Officer

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



ANALISA PEMBIAYAAN

1. KETERANGAN UMUM DEBITUR

- Nama
- Alamat
- Jenis Usaha
- Lokasi Usaha
- Pengalaman Usaha
- Izin Usaha / NPWP

2. CHARACTER NASABAH

3. PERMODALAN DEBITUR

Modal Kerja	- Kas	Rp.	
	- Piutang	Rp.	
	- Stock	Rp.	
	- Lain lain	Rp.	
			Rp.
Modal Tetap	- Lokasi Usaha	Rp.	
	- Sarana Transportasi	Rp.	
	- Lain - lain	<u>Rp.</u>	
Total Modal Usaha		Rp.	
Kewajiban	- Utang Dagang	Rp.	
	- Utang Bank	Rp.	
	- Utang lain - lain	<u>Rp.</u>	
			Rp.
Modal Kerja			Rp.

PERHITUNGAN LABA / RUGI

- Penjualan per hari / minggu / bulan	Rp.
- Pembelian / harga pokok	<u>Rp.</u>
- Pendapatan kotor	Rp.

Pendapatan Kotor Rp.

BIAYA PENGELUARAN :

- Tenaga Kerja / Trans / By lain	Rp.
- Biaya Rumah Tangga	<u>Rp.</u>
	Rp.
- Pendapatan sebelum menyusut pajak	Rp.
- Pajak Penjualan	<u>Rp.</u>
- Pendapatan Bersih	Rp.
- Pendapatan lainnya dari suami / istri	<u>Rp.</u>
- Total Pendapatan Bersih	Rp.



**PT. BPR SYARIAH
BUMI RINJANI BATU**

Batu,

Perihal : **Persetujuan Pembiayaan**

Kepada Yth.

di

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan permintaan Saudara untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan dari **PT. BPR SYARIAH BUMI RINJANI BATU**, dengan ini kami sampaikan bahwa pihak Bank dapat menyetujui pemberian plafond fasilitas pembiayaan dengan persyaratan dan kondisi sebagai berikut

Tujuan Penggunaan

Nisbah

Harga Beli : Rp.

Keuntungan : Rp.

Harga Jual : Rp.

Biaya Administrasi : Rp.

Biaya Materai : Rp.

Biaya Notaris : Rp.

Biaya Lainnya : Rp.

Asuransi : Rp.

Jangka Waktu

Jaminan

Ketentuan lain

Demikian surat persetujuan ini kami sampaikan dan bilamana saudara menyetujui atas syarat - syarat dan ketentuan - ketentuan di atas, berkenan surat penawaran ini ditandatangani dan dikembalikan kepada kami sebelum menandatangani surat perjanjian pembiayaan

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui,

PT BPR SYARIAH BUMI RINJANI BATU

Nasabah

Direktur Utama



TANDA TERIMA

--

TELAH TERIMA DARI : Nama : Alamat :	UNTUK KEPERLUAN : <input type="checkbox"/> Jaminan Pembiayaan <input type="checkbox"/> Penggantian Jaminan
--	---

BERUPA Yang menyerahkan	Batu, Yang menerima
---	------------------------

* Pada saat pengambilan barang jaminan, dapat diambil/ditandatangani oleh salah satu (Suami atau Istri).

Diterima dan dicek kebenarannya oleh Bagian Hukum-Pembiayaan		Disimpan di Collateral File Tanggal :	
Tanggal	Tanda tangan	Diserahkan oleh :	Disimpan oleh :
DOKUMEN ASLI	P K KUASA	F E O SKMHT	LAIN-LAIN

BUKTI PENGAMBILAN JAMINAN

UNTUK KEPERLUAN :		<input type="checkbox"/> Pelunasan Pembiayaan	<input type="checkbox"/> Penggantian Jaminan
		<input type="checkbox"/> Dipinjam Sementara	
Yang menyerahkan		Batu, Yang menerima	
Menyetujui Direksi Tanggal	Pinjaman telah lunas Bag. Adm. Pembiayaan	Diserahkan oleh Bag. Collateral File Tanggal	
Tanda tangan	Tanggal	Tanda tangan	Yang menerima / Yang menyerahkan

SEWAKTU PENGAMBILAN BARANG JAMINAN, BUKTI / FORMULIR INI HARUS DISERAHKAN BANK



Tanggal	:	
Nama	:	
No. Rek.	:	
Jenis Pembiayaan	:	

- Biaya Administrasi : Rp.
- Biaya Materai : Rp.
- Biaya Notaris / Leg. : Rp.
- Sumbangan ZIS : Rp.
- Biaya : Rp.
- Biaya : Rp.
- TOTAL** : Rp.

Terbilang :	
-------------	--

_____ Teller

_____ Penyetor



NOTA PEMBIAYAAN

TGL

No Pembiayaan		Officer		
Nama		Pokok	Rp	
Alamat		Keuntungan	Rp	
Akad Pembiayaan		Harga Jual	Rp	
Biaya - Biaya :		Nisbah	<input type="text"/>	<input type="text"/>
- Biaya Administrasi	Rp	Jangka Waktu		minggu/bulan
- Biaya Materai	Rp	Angsuran per tgl		
- Biaya Notaris / Leg	Rp	Bagi Hasil per tgl		
- Sumbangan ZIS	Rp	Jumlah Angsuran	Rp	
- Biaya	Rp	Pengikatan		
- Biaya	Rp			
TOTAL	Rp			
Pembukuan	Analisis / AO	Direksi	Teller	Pembeli / Nasabah
Keterangan Jaminan, Taksasi			Catatan	

ARBITRASE

Jika terjadi sengketa dari perjanjian ini yang tidak dapat diselesaikan secara damai, akan diselesaikan melalui dan menurut peraturan prosedur Badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI). Putusan BAMUI bersifat mengikat dan dapat diberlakukan disemua pengadilan.

**Pasal 9
BUKTI TANDA TERIMA**

Surat perjanjian ini berlaku sebagai tanda bukti jual beli dari pihak I kepada pihak II.

**Pasal 10
KETENTUAN TAMBAHAN**

Hal-hal yang belum diatur dalam perjanjian ini akan diatur berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak kedalam surat atau Akta yang merupakan satu kesatuan dengan perjanjian ini.

Demikian perjanjian jual beli ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga.

Pihak I**Pihak II**

Materai

**M. Edwin Ramafitra
Direktur Utama**

Saksi-saksi

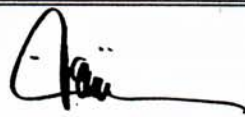
1.

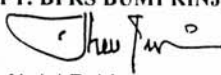
2.

RESUME PENILAIAN HASIL AKHIR TINGKAT KESEHATAN
Periode bulan 31 Desember 2003

Form 9

FAKTOR	KOMPONEN	RASIO	NK KOMPONEN	BOBOT	NK FAKTOR	Predikat
I. Permodalan	Rasio C A R Modal Bank ATMR	26.44	265	30%	30 00	Sehat
II. Kualitas Aktiva Produktif	Rasio K A P AP yg Diklas Total AP	0.00	150	25%	25.00	Sehat
	Rasio Cad P P A P PPAP Wjb dibntk	79.11	79	5%	3 96	Cukup Sehat
III Management	Management Umum + Resiko	83	83	20%	16.60	Sehat
IV. Rentabilitas	Rugi / Laba ----- X 100% Rata-rata	(7.25)	(483)	5%	(24 16)	Tidak Sehat
	Biaya Operasional ----- X 100% Pendp Operasional	135.31	(441)	5%	(22 07)	Tidak Sehat
V. Likuiditas	Alat Likuid ----- X 100% Hutang Lancar	35	699	5%	5 00	Sehat
	Jumlah Pemby yg diberikan ----- Jumlah dana yg diterima	66	195	5%	5 00	Sehat
Jumlah Faktor Camel					39.33	Tidak Sehat


 Edwin Ramafitra
 Dir Utama

Batu, 16 Januari 2003
 PT. BPRS BUMI RINJANI BATU

 Abdul Rohim
 Direktur