

**ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)
BRI SYARIAH KANTOR CABANG JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

Retno Bilqist
NIM. 083122047

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS SYARI'AH
SEPTEMBER, 2016**

**ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)
BRI SYARIAH KANTOR CABANG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Fakultas Syari'ah
Jurusan Hukum Ekonomi Program Studi Muamalah



Oleh:

Retno Bilqist
NIM. 083122047

IAIN JEMBER
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS SYARI'AH
SEPTEMBER, 2016

**ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)
BRI SYARIAH KANTOR CABANG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Fakultas Syari'ah
Jurusan Hukum Ekonomi Program Studi Muamalah

Oleh:

Retno Bilqist
NIM. 083122047

Disetujui Pembimbing



Nikmatul Masruroh, M. E.I
NIP. 19820922 200901 2 005



**ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP
STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN PELAJAR (SIMPEL)
BRI SYARIAH KANTOR CABANG JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) Fakultas Syaria'ah Jurusan Hukum Ekonomi Prodi Muamalah

Hari : Kamis
Tanggal : 22 September 2016

Tim Penguji:

Ketua



Mahmudah, S.Ag., M.E.I
NIP. 19750702 199803 2 002

Sekretaris



Siti Masrohah, S.E., MM.
NIP. 19780612 200912 2 001

Anggota:

1. Dr. M. Ishaq, M.Ag
2. Nikmatul Masruroh, M.E.I



Menyetujui
Dekan Fakultas Syaria'ah



Dr. H. Sutrisno RS., M.H.I
NIP. 19590216 198903 1 001

MOTTO

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S An Nisaa: 29)¹

IAIN JEMBER

¹ Al Qur'an, 4:29.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring do'a dan rasa syukur kepada Allah SWT

Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

**Ayah Subhan, Bunda Nurjanah serta Adikku AlKharirotu Wulida Nov
tercinta, yang selalu mendo'akan, selalu memberikan pengarahan,
memberikan motivasi besar, dan pengorbanannya yang tidak ternilai.
Terimakasih atas perjuangannya dalam membimbingku sehingga Aku
mampu menjadi seperti ini dan terimakasih atas do'a dan cucuran
keringatnya selama ini. Semoga menjadi langkah awal untuk membuat
Ayah, Bunda serta Adikku tercinta.**

**Kepada keluarga bersarku, terimakasih telah mendukung dalam
menyelesaikan studi ini.**

**Teman-teman program studi Muamalah khususnya kelas U1, dan semua
teman-teman angkatan 2012 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu,
terimakasih atas do'a dan motivasi kalian semua.**

**Teman-temanku (adik-adik) Kostku Anis Humairo, Iana Rosida, Nanis
Karisma, Maratus Shalikhha dan Siti Nur Khofifa yang slalu memberi
motivasi dan semangat.**

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur kami ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya serta atas segala kuasa dan perlindungan-Nya kami dapat menyelesaikan tugas penulisan Skripsi ini dengan baik walaupun tidak bisa semaksimal dan sesempurna seperti yang kami harapkan.

Sholawat beserta salam senantiasa kita limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menuju zaman ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan upaya dan semangat yang besar, penulis berupaya menyajikan yang terbaik. Sehingga terwujud penyusunan Skripsi ini dengan judul “Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Kantor Cabang Jember”. Adapun penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi Program Studi Muamalah.

Penulis menyadari atas keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis, sehingga tidak mustahil apabila terdapat kekurangan dan kesalahan dalam isi dan metode skripsi yang digunakan. Oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat kami harapkan demi kesempurnaan skripsi ini, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kami khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas semua kontribusi, bimbingan dan bantuan yang telah diberikan oleh:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, MM selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. H. Sutrisno RS, M. HI selaku ketua Fakultas Syariah.
3. Ibu Mahmudah, S.Ag., M.E.I selaku ketua Jurusan Hukum Ekonomi.
4. Ibu Dra. Busriyanti, M.Ag selaku Ketua Program Studi Muamalah.
5. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku dosen pembimbing skripsi.
6. Bapak Eric Kurniawan, SE., MM. selaku Pimpinan BRISyariah Kantor cabang Jember (pimpinan periode ketiga) yang telah mengizinkan melakukan kegiatan penelitian.
7. Bapak Rizki Alamsyah selaku Pimpinan baru BRISyariah cabang Jember.
8. Segenap karyawan BRI Syariah Kator Cabang Jember.
9. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah IAIN Jember.
10. Semua pihak yang telah ikut berjasa dalam penyusunan skripsi ini semoga amal kebbaikannya mendapat balasan yang lebih baik dan selalu mendapat rahmat dan ridho-Nya, Amiin.

Penulis hanya mampu berdoa semoga amal kebaikan, bantuan serta partisipasi mereka mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dengan ini penulis akhiri dengan rasa syukur kepada Allah SWT. Dari segala kelemahan dan kekurangan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Hidayah dari setiap langkah kita serta selalu mendapatkan ridlonya. Amin...

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Jember, 6 Oktober 2016

Penulis

ABSTRAK

Retno Bilqist, 2016. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Kantor Cabang Jember

Analisis ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran adalah merupakan kegiatan penguraian untuk memperoleh dan mengetahui kegiatan pemasaran yang dilakukan dalam kaitannya dengan ekonomi Islam, apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai dengan ekonomi Islam yang dalam hal ini adalah pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah kantor cabang Jember. Keunikan dari produk ini adalah fitur terdapat gambar dua kartu laki-laki perempuan yang bias menarik siswa-siswi untuk terdorong dalam budaya menabung sejak dini, persyaratan pembukaan rekening menyesuaikan kebutuhan siswa, yang perlu diperhatikan adalah bahwa rekening Simpanan Pelajar (SimPel) ini atas nama anak yang bisa dikatakan belum cakap hukum yaitu mulai sekolah PAUD hingga umur 17 Tahun.

Berdasarkan konteks penelitian tersebut di atas, maka fokus penelitian yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan BRISyariah? 2) Bagaimana analisis ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar SimPel (SimPel) yang dilakukan BRISyariah?.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan BRISyariah. 2) untuk mendeskripsikan ekonomi Islam melakukan analisa terhadap startegi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan BRISyariah.

Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut maka pendekatan yang digunakan adalah dengan Pendekatan Kualitatif, dengan jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan (*field research*) melalui proses pengamatan langsung di lapangan (observasi), wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan, yaitu: reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Sedangkan pengecekan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan dua hal. *Pertama*, strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah cabang Jember dalam memasarkan produk Simpanan Pelajar (SimPel) dengan menggunakan strategi pemasaran *marketing mix*. *Kedua*, dari analisis ekonomi Islam, diketahui bahwa pada kegiatan pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan selalu mengedepankan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Kata kunci: Tauhid, Adil, Nubuwah, Khilafah, Ma'ad, Produk, Harga, Promosi, Tempat, dan Layanan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Istilah	7
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	10
A. Penelitian Terdahulu.....	10
B. Kajian Teori.....	12
1. Strategi Pemasaran Dalam Islam.....	12
2. Prinsip-prinsip Dasar Ekonomi Islam	29

BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
B. Lokasi Penelitian	49
C. Subyek Penelitian	50
D. Teknik Pengumpulan Data	51
E. Analisis Data	53
F. Keabsahan Data	55
G. Tahap-tahap Penelitian	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	57
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	57
B. Penyajian Data dan Analisis.....	65
C. Pembahasan Temuan.....	92
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran-saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Matrik Penelitian	
2. Pedoman Penelitian	
3. Struktur Organisasi BRISyariah Cabang Jember	
4. Foto atau Data Dokumentasi	
5. Surat Keterangan Izin dan Selesai Penelitian	
6. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Halaman
1.	4.1 Jumlah Karyawan BRI Syariah Kantor Cabang Jember.....	61
2.	4.2 Daftar Pondok Pesantren Penerima Lembaran Perjanjian Kerjasama (PKS) di Kabupaten Bondowoso dengan Bank BRI Syariah kantor cabang jember.....	61
3.	4.3 Daftar Pondok Pesantren Penerima Lembaran Perjanjian Kerjasama (PKS) di Kabupaten Jember dengan Bank BRI Syariah kantor cabang jember.....	63
4.	4.4 Daftar Pondok Pesantren Penerima Lembaran Perjanjian Kerjasama (PKS) di Kabupaten Lumajang dengan Bank BRI Syariah kantor cabang jember.....	64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan kehidupan dunia yang semakin berkembang, transaksi serta kegiatan ekonomi masyarakat tidak dapat dipisahkan dengan keuangan. Maka dari itu banyak masyarakat lebih selektif dalam memilih lembaga-lembaga keuangan yang menurut mereka memberi manfaat antara kedua belah pihak. Pilihan akan lembaga keuangan tersebut pastinya menurut mereka adalah yang terbaik. Sudah sangat lama masyarakat Indonesia mengalami berbagai masalah dalam pengembangan ekonomi. Salah satu faktornya ialah adanya dua prinsip yang melatarbelakangi perekonomian di Indonesia yaitu bank dengan prinsip konvensional dan bank dengan prinsip syariah. Dualisme inilah yang menyebabkan kebingungan (tumpang-tindih) pola berfikir masyarakat Indonesia yang menyebabkan keterpurukan perekonomian, selain itu bahwa mayoritas masyarakat muslim sudah tidak bisa terpisahkan dengan riba. Disisi lain, masyarakat Indonesia sebagian ingin merasakan perekonomian anti riba atau yang lebih dikenal dengan ekonomi Islam.

Ekonomi Islam hadir dengan nuansa yang berbeda dengan ekonomi konvensional, pada hakikatnya ekonomi Islam adalah metamorfosa nilai-nilai Islam dalam ekonomi dan dimaksud untuk menepis anggapan bahwa Islam adalah agama yang hanya mengatur persoalan ubudiyah atau komunikasi vertikal antara manusia (mahluk) dengan Allah. Dengan kata

lain, kemunculan ekonomi Islam merupakan satu bentuk artikulasi sosiologis dan praktis dari nilai-nilai Islam yang selama ini dipandang doktriner dan normatif. Dengan demikian, Islam adalah suatu *dien (way of life)* yang praktis dan ajarannya tidak hanya merupakan aturan hidup yang menyangkut aspek ibadah dan muamalah sekaligus, mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya dan hubungan antara manusia dengan manusia.

Sebagai suatu ajaran yang mengatur aspek muamalah, Islam sangat memperhatikan kegiatan-kegiatan muamalah tersebut. Muamalah atau ekonomi Islam merupakan suatu kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi yang sesuai dengan apa yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Kesesuaian tersebut bisa dilihat dari larangan terhadap praktek riba, larangan terhadap monopoli, larangan terhadap penimbunan dan lain sebagainya.

Ekonomi Islam sangat penting dilakukan pada setiap berlangsungnya transaksi, termasuk dalam lingkup perbankan. Islam telah memberikan prinsip-prinsip berbisnis yang baik melalui prinsip-prinsip ekonomi Islam dan sejumlah akad dalam fikih muamalah, seperti aturan dalam jual-beli, pinjam-meminjam, utang-piutang, kerja sama bisnis, penggunaan gadai, pengalihan utang, jaminan dan lain sebagainya. Semua jenis akad tersebut berdasarkan prinsip larangan riba, ketidak jelasan dan *maysir*. Dari ketiga permasalahan itulah ekonomi Islam akan membantu setiap pihak merasa nyaman dan tenang dalam berbisnis di perbankan,

untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, kenyamanan dan ketenangan dalam berbisnis memerlukan strategi pemasaran yang optimal.

Strategi pemasaran merupakan wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.² Pemasaran sebenarnya merupakan aktivitas yang bisa dilakukan oleh setiap orang dalam kehidupannya, dengan berbagai cara-cara yang dimiliki. Setiap orang memiliki cara pemasaran yang berbeda-beda, ada yang memasarkan saja ada juga dengan menjual produk yang dimilikinya. Begitu juga pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRISyariah cabang Jember dalam menjual produk Simpanan Pelajar (SimPel) kepada para calon nasabah, tentunya strategi yang digunakan juga berbeda dengan lembaga keuangan syariah yang lain.

Simpanan Pelajar SimPel (SimPel) merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Selain dari kemudahan yang ditawarkan, aspek lain yang tidak kalah penting dari produk Simpanan Pelajar SimPel (SimPel) adalah aspek pemasaran yang dilakukan. Pemasaran merupakan serangkaian proses atau cara yang dilakukan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum.

² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 231.

Hal ini juga didukung oleh pendapat Basu Swastha, yang menyatakan bahwa strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.³ Sehingga dalam menjalankan usaha diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Hal inilah yang juga dilakukan oleh Bank BRISyariah cabang Jember dalam melakukan pengenalan produk Simpanan Pelajar (SimPel) kepada masyarakat khususnya kepada para pelajar.

Sebagai suatu produk yang masih tergolong baru, Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah membutuhkan suatu strategi yang baik dalam kegiatan pemasarannya guna memberikan semangat kepada siswa untuk menabung. Selain sebagai produk yang masih baru, keunikan dari produk ini adalah fitur dan persyaratan pembukaan rekening menyesuaikan kebutuhan siswa, yang perlu diperhatikan adalah bahwa rekening Simpanan Pelajar (SimPel) ini, rekening atas nama anak. Dalam Islam, kegiatan transaksi (jual-beli) yang dilakukan harus berdasarkan rukun dan syarat sahnya akad yang salah satunya adalah *baligh* dan berakal, suatu akad dianggap tidak sah apabila yang melakukannya adalah anak kecil dan orang gila. Hal inilah yang dianggap peneliti sebagai dua hal yang berseberangan.

Melihat dari realita yang ada saat ini dan melihat pentingnya belajar menabung sejak dini untuk pelajar agar menumbuhkan jiwa-jiwa yang baik dalam mengelola perekonomian yang baik terutama untuk diri sendiri,

³ Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 350.

maka hal inilah yang menjadikan peneliti berkeinginan dan terdorong untuk meneliti tentang “*Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Kantor Cabang Jember.*”

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan BRISyariah?
2. Bagaimana analisis ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar SimPel (SimPel) yang dilakukan BRISyariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan BRISyariah.
2. Untuk mendeskripsikan ekonomi Islam melakukan analisis terhadap strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan BRISyariah.

D. Manfaat Penelitian

Selain terdapat tujuan penelitian seperti yang dipaparkan di atas, penelitian juga diharapkan memberi manfaat hasil penelitian adalah suatu yang dapat digunakan oleh pihak-pihak lain untuk meningkatkan apa yang telah ada. Penelitian ini juga dapat dijadikan tolak ukur bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam penelitian ekonomi Islam. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dapat memberikan kontribusi berupa pemikiran tentang ekonomi Islam dalam sebuah lembaga keuangan. Diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan tentang kejadian yang diteliti, khususnya dalam ekonomi Islam sehingga diperoleh gambaran secara jelas.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Menambah keilmuan dan pengalaman karya tulis ilmiah.
- 2) Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan serta lebih banyak memahami tentang kondisi masyarakat khususnya para pelajar, sebagai seorang calon nasabah.

b. Bagi IAIN Jember

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pemikiran yang bersifat edukatif dan motivatif yang dapat bermanfaat sebagai upaya inovasi ilmiah sekaligus memperbanyak khazanah keilmuan yang cukup aktual, strategis, dan dapat dijadikan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan acuan, tolak ukur, dan pertimbangan yang diharapkan mampu mengemban misi dalam rangka mensejahterakan masyarakat. Memberikan kontribusi-

kontribusi pemikiran tentang strategi pemasaran produk BRISyariah yang dilakukan karyawan khususnya dalam produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti dalam judul penelitian. Selain itu adanya definisi istilah untuk menyamakan persepsi dan menghindari adanya perbedaan pemahaman terhadap istilah dalam penelitian ini, maka dari itu perlu adanya definisi istilah sebagai berikut ini:

1. Ekonomi Islam

Monzer Kahf dalam bukunya *The Islamic Economy* menjelaskan bahwa kata ekonomi Islam sendiri dipahami sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari paradigma Islam yang sumbernya merujuk pada al-Qur'an dan Sunah.⁴ Selain itu M. Metwally mendefinisikan ekonomi Islam sebagai, ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam suatu masyarakat Islam yang mengikuti al-Qur'an, As-Sunah, *Qiyas* dan *Ijma'*.⁵

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah wujud rencana yang terarah di bidang pemasaran untuk memperoleh suatu hasil yang optimal.⁶ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi pemasaran adalah rencana

⁴ Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana, 2010), 7.

⁵ Ibid., 9.

⁶ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 230.

untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang, yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan, serta distribusi.⁷

3. Produk Simpanan Pelajar (SimPel)

Produk Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.⁸ Sehingga maksud judul yang sudah dipaparkan di atas mempunyai artian bahwa penulis ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) di BRISyariah dalam perspektif ekonomi Islam dengan menganalisis strategi pemasarannya. Dalam praktik pemasarannya BRISyariah mempunyai landasan sendiri, dengan itu peneliti ingin menganalisis permasalahan tersebut untuk mengetahui apakah pemasaran yang digunakan BRISyariah sudah sesuai atau tidak sesuai dengan ekonomi Islam, melihat permasalahan tersebut maka peneliti berinisiatif untuk mengambil judul penelitian ini.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format

⁷ W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, diolah kembali oleh Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan (Jakarta: Balai Pustaka, 1984), 185

⁸ Dokumentasi produk SimPel BRISyariah.

penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.

Agar dalam pembahasan skripsi ini bisa mendapatkan gambaran yang jelas dan menyeluruh, maka sistematika pembahasannya dimuat per bab yang terdiri dari lima bab, dan pada tiap-tiap bab terdiri dari sub-sub bab sebagai perinciannya.

BAB I membahas pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II membahas tentang kajian kepustakaan yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV membahas tentang penyajian data dan analisis yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan.

BAB V membahas tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Pertama, Strategi Pemasaran Kredit Usaha Mikro Dalam Meningkatkan Nasabah Baru di Bank BRISyariah Kabupaten Jember, skripsi atas nama Rois Yanto Santoso tahun 2015 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk Kredit Usaha Mikro yang dilakukan oleh Bank BRISyariah cabang Jember beserta kendala-kendala yang dihadapi. Kemudian, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada lokasinya yang sama-sama dilakukan di BRISyariah cabang Jember. Kemudian, sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif, persamaan selanjutnya adalah sama-sama dianalisis dengan ekonomi Islam.

Kemudian perbedaan dengan peneliti ialah pada penelitian ini objek yang diteliti adalah produk Kredit Usaha Mikro, sedangkan penelitian yang akan diteliti tentang produk Simpanan Pelajar SimPel (SimPel) yang ada di BRISyariah cabang Jember.

Kedua, Strategi Pemasaran Produk-produk BMT UGT Sidogiri di Kencong Jember, skripsi atas nama Uswatun Hasanah tahun 2012 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran tabungan dan pembiayaan

yang ada di BMT UGT Sidogiri Kencong. Kemudian, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Persamaan peneliti ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada penggunaan metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kualitatif.

Kemudian dari segi perbedaannya ialah pada penelitian ini objek yang diteliti adalah produk-produk BMT UGT Sidogiri, sedangkan penelitian yang akan diteliti adalah produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang ada di BRISyariah cabang Jember, perbedaan yang kedua adalah lokasi yang dibuat penelitian berbeda, pada penelitian ini lokasi yang diteliti bertempat di BMT UGT Sidogiri Kencong.

Ketiga, Strategi Pemasaran Produk PT. Perkebunan Nusantara XII Banjarsari (Persero) Dalam Perspektif Ekonomi Islam, skripsi atas nama Wahyu Fajar tahun 2013 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran produk di PT. Perkebunan Nusantara XII Banjarsari (Persero). Kemudian, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada penggunaan metode penelitian yang sama-sama menggunakan metode kualitatif serta sama-sama meneliti tentang strategi pemasaran produk.

Kemudian perbedaannya adalah dalam penelitian terdahulu membahas tentang produk dari PTPN XII sedangkan penulis membahas tentang produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang ada di BRISyariah.

B. Kajian Teori

1. Strategi Pemasaran dalam Islam

Pemasaran menurut William J. Stanton adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Selanjutnya, dalam pandangan Islam, M. Syakir Sula mendefinisikan pemasaran syariah sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.²

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan

² Muhammad Aziz Hakim (Penyunting), *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005), 12-15.

dari waktu ke waktu, dari masing-masing tingkatan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasari atas analisis lingkungan dan internal perusahaan, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya.³

Strategi pemasaran bank syariah merupakan suatu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk atau jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan. Peningkatan penjualan tersebut diorientasi pada: 1) produk *funding* (pengumpulan dana), 2) orientasi pada pelanggan, 3) peningkatan mutu layanan dan, 4) meningkatkan *fee based income*.⁴

Dalam dunia pemasaran selalu terkait dengan yang dinamakan *marketing mix* (bauran pemasaran). *Marketing mix* adalah deskripsi dari suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan.

a. Produk (*Product*)

Secara umum produk-produk perbankan Islam, tidak jauh berbeda dengan produk perbankan konvensional. Perbedaan utamanya ada pada mekanisme bunga dan bagi hasil. Oleh karena itu, seorang *marketing* dituntut untuk memberikan informasi secara

³ Philips Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Surabaya: PT. Gelora Aksara Pratamapratama Erlangga, 2008), 5

⁴ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2005), 223.

jujur kepada nasabah mengenai keutamaan dan kelemahan produk tersebut.

Produk usaha bisnis yang dipersaingkan baik harga maupun jasa harus halal. Spesifikasinya harus sesuai dengan apa yang di harapkan konsumen untuk menghindari penipuan. Kualitasnya terjamin dan bersaing.⁵ Selain harus halal, produk-produk juga harus meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan, dan pengembalian.⁶

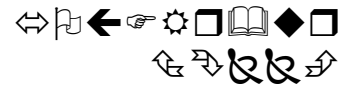
Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (*gharar*) bagi pembeli. Pasalnya, di sini berpotensi terjadinya penipuan dan ketidakadilan terhadap salah satu pihak.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 188 yang berbunyi:



⁵Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani, 2002), 96.

⁶ Veithzal Rivai., *et al., Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al-Qur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012),



Artinya: Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian dari pada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui. (Q.S Al-Baqarah:188)⁷

Selain keberadaan suatu produk, Islam juga yang memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian. Tidak boleh menipu kualitas dengan jalan memperlihatkan yang baik bagian luarnya, dan menyembunyikan yang jelek pada bagian dalam.⁸

Produk merupakan titik pusat pengembangan strategi penentuan posisi yang biasanya berada pada saat unit bisnis menggunakan pendekatan organisasional yang menekankan manajemen produk atau merk. Strategi produk meliputi:

- 1) Pengembangan rencana produk baru.
- 2) Pengelolaan program demi keberhasilan produk.
- 3) Pemilihan strategi untuk mengatasi produk yang bermasalah seperti pengurangan biaya atau peningkatan mutu produk.⁹

b. Harga (*Price*)

⁷ Al-qur'an, 2:188.

⁸ Muhammad Aziz Hakim (Penyunting), *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, 23.

⁹ Cravens David, *Pemasaran Strategis* (Jakarta: Erlangga, 2007), 87.

Setiap perusahaan selalu mengejar keuntungan guna kesinambungan produksi. Keuntungan yang diperoleh ditentukan pada penetapan harga yang ditawarkan. Harga suatu produk atau jasa ditentukan pula dari besarnya pengorbanan yang dilakukan untuk menghasilkan jasa tersebut dan laba atau keuntungan yang diharapkan.¹⁰

Harga adalah nilai dari manfaat produk yang ditawarkan kepada pembeli dengan mempertimbangkan biaya, kualitas, diferensiasi, daya beli, dan harga pasar, termasuk daya tarik yang ditawarkan berupa diskon, *cash back*, hadiah, dan sistem cicilan yang mendukung keberhasilan penjualan.¹¹

Kebijakan harga erat kaitannya dengan keputusan tentang jasa yang dipasarkan. Hal ini disebabkan harga merupakan penawaran suatu produk atau jasa.

Dalam etika Islam, perusahaan tidak dibenarkan menetapkan harga dengan manipulasi, seperti menetapkan harga kepada suatu produk dengan memberikan kesan yang seolah-olah murah. Selain itu, etika Islam juga melarang penetapan harga yang terlalu tinggi melebihi kualitas dan kuantitas yang seharusnya.

Dalam konsep Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Pertemuan antara permintaan dan

¹⁰ Abdul Wadud Nafis, *Bank Syari'ah: Teori dan Praktek* (Jakarta: Mitra Abadi Press, 2009), 194.

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), 314.

penawaran itu harus berlangsung secara sukarela (*'an taradhiin*). Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan dizalimi.

Sebelum terjadi transaksi, idealnya penjual dan pembeli berada pada posisi yang sama, baik menyangkut pengetahuan tentang barang tersebut maupun tentang harga yang berlaku dipasar. Sehingga ketika terjadi *deal* penjualan maupun pembeli betul-betul rela dan tidak ada yang teraniaya.¹²

c. Saluran Distribusi atau tempat (*Place*)

Setelah bank syariah berhasil menciptakan produk atau jasa yang dibutuhkan dan menetapkan harga yang layak, tahap berikutnya menentukan metode penyampaian produk atau jasa ke pasar melalui rute-rute yang efektif hingga tiba pada tempat yang tepat, dengan harapan produk atau jasa tersebut berada ditengah-tengah kebutuhan dan keinginan nasabah yang butuh akan produk atau jasa tersebut.¹³

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen kekonsumen.¹⁴

Dalam memilih saluran distribusi, ada beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu sebagai berikut:

- 1) Sifat pasar dan lokasi nasabah.

¹² Ibid., 24.

¹³ Abdul Wadud Nafis, *Bank Syari'ah*, 195.

¹⁴ Laksana Fajar, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta:Graha Ilmu,2008), 123.

- 2) Lembaga-lembaga pemasaran terutama kantor-kantor cabang perantara.
- 3) Pengendalian persediaan, yaitu menetapkan tingkat persediaan yang ekonomis.
- 4) Jaringan antar bank.

Dalam sistem distribusinya, produsen sering menggunakan perantara sebagai penyalurnya, perantara ini merupakan suatu kegiatan usaha yang berdiri sendiri, berada diantara produsen dan konsumen akhir. Mereka memberikan pelayanan dalam hubungannya dengan pembelian dan penjualan barang dari produsen kepada konsumen.¹⁵

Penempatan barang adalah faktor vital dalam dunia usaha. Berkaitan erat dengan posisi ini adalah sarana transportasi dan pengangkutan.¹⁶ Selain itu tempat usaha harus baik, sehat, bersih, dan nyaman. Harus juga dihindarkan melengkapi tempat usaha itu dengan hal-hal yang diharamkan (misalnya gambar porno, minuman keras, dan sebagainya) untuk sekadar menarik pembeli.¹⁷

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi ialah kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Biasanya dalam kegiatan promosi ini pemilik barang usaha memuji dan mengemukakan keunggulan barang yang

¹⁵ Basu Swasta, *Azas Marketing* (Yogyakarta: Liberty 2004), 190.

¹⁶ *Ibid.*, 26.

¹⁷ Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, 96.

diujinya. Akan tetapi suatu hal yang tidak baik apabila penjual secara berlebihan memuji-muji barang yang dijualnya padahal mutunya tidak sebaik yang ia katakan.¹⁸

Promosi yang dilakukan Rasulullah SAW lebih menekankan pada hubungan dengan pelanggan meliputi berpenampilan menawan, membangun relasi, mengutamakan keberkahan, memahami pelanggan, mendapatkan kepercayaan, memberikan pelayanan hebat, berkomunikasi, menjalin hubungan yang bersifat pribadi, tanggap terhadap permasalahan, menciptakan perasaan satu komunitas, berintegritas, menciptakan keterlibatan dan menawarkan pilihan.¹⁹

Promosi merupakan salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu Bank Syari'ah. Promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.²⁰

Etika promosi dalam Islam adalah tidak memberikan informasi yang tidak sesuai dengan produk, tidak berlebihan memuji produk yang tidak sesuai dengan kualitasnya. Dalam etika Islam, penjual adalah orang yang bertanggung jawab kepada Allah SWT, karena itu seorang penjual mesti jujur dalam menawarkan produknya kepada pelanggan. Selain itu, etika Islam melarang

¹⁸ Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2009), 148.

¹⁹ Veithzal Rivai., *et al., Islamic Business And Economic Ethics*, 391.

²⁰ Abdul Wadud Nafis, *Bank Syari'ah*, 185.

dengan keras metode promosi dengan menggunakan unsur seksual, seperti menggunakan *Sales Promotion Girl* (SPG) yang berpakaian seksi dalam menarik perhatian pelanggan. Perilaku seorang *marketing* adalah dasar dari konsumen untuk menilai integritas perusahaannya. Seorang *marketing* Islam dituntut untuk menerapkan perilaku etika Islam dalam mempromosikan produk-produk perusahaan.

Untuk memberikan informasi pada pasar tentang produk atau jasa bank syariah, tempat dan saatnya. Ada beberapa cara menyebarkan informasi ini, antara lain:

1) Periklanan (*Advertising*)

Merupakan alat utama bagi bank syariah untuk mempengaruhi nasabahnya. Periklanan ini dapat dilakukan oleh bank syariah lewat surat kabar, radio, majalah, bioskop, televisi, ataupun dalam bentuk poster-poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis.²¹

2) Penjualan pribadi (*Personal Selling*)

Dalam *personal selling* terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dengan penjual. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan

²¹ Abdul Wadud Nafis, *Bank Syari'ah*, 196.

dan kesukaan pembeli. Penyampaian berita atau percakapan yang mereka lakukan sangat fleksibel karena dapat menyesuaikan dengan situasi yang ada.²²

Penjualan pribadi merupakan keinginan bank syariah untuk melakukan kontak langsung dengan calon nasabahnya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara bank syariah dengan calon nasabah.²³

3) Promosi penjualan

Promosi penjualan merupakan kegiatan promosi selain periklanan, *personal selling*, maupun publisitas. Kegiatan promosi penjualan lebih bersifat fleksibel karena dapat dilakukan setiap saat dengan biaya yang tersedia dan di mana saja.²⁴

Merupakan kegiatan bank syariah untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga nasabah akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara tersebut akan menarik perhatian nasabah.²⁵

4) Publisitas

Merupakan cara yang bisa digunakan juga oleh bank syariah untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung

²² Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), 352.

²³ Abdul Wadud Nafis, *Bank Syari'ah*, 196.

²⁴ Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran Modern*, 353.

²⁵ Abdul Wadud Nafis, *Bank Syari'ah*, 197.

kepada nasabah, agar mereka menjadi tahu, dan menyenangi produk yang dipasarkannya, hal ini berbeda dengan promosi, dimana dalam melakukan publisitas perusahaan tidak melakukan hal yang bersifat komersial. Publisitas merupakan suatu alat promosi yang mampu membentuk opini masyarakat secara tepat, sehingga sering disebut sebagai usaha untuk mensosialisasikan atau memasyarakatkan.

e. Layanan (*Service*)

Dalam sebuah masyarakat *no need society*, *customer* memiliki posisi signifikan. Kesuksesan atau ambruknya perusahaan banyak bergantung pada kesetiaan *customer*. Semakin banyak *customer* yang setia, maka semakin sukses sebuah perusahaan. Sebaliknya, semakin banyak *customer* yang meninggalkan perusahaan, maka dipastikan tinggal menunggu waktu sebuah perusahaan gulung tukar.

Utama kesetiaan *customer* itu ada pada *service* (pelayanan) yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang bagus, akan membuat *customer betah* untuk selalu menggunakan produk perusahaan tersebut. Apalagi jika pelayanan optimal bukan hanya saat *closing cases*, tetapi juga setelah itu.²⁶

Layanan yang dilakukan harus berlandaskan etika dan bertujuan ibadah (*worship*) dengan niat untuk mendapatkan ridha

²⁶ Muhammad Aziz Hakim (Penyunting), *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*, 53.

Allah SWT. (*by heart – mardhatillah*), siapapun yang datang akan dilayani secara baik (*welcome*), bisa memberikan solusi (*solution*), harus menimbulkan rasa aman dan nyaman (*secure*), menguntungkan nasabah dan Bank (*profitable*), serta senantiasa memberikan layanan yang terbaik secara konsisten dengan mengacu pada *service level* dan *standard operating procedure* (*consistency*). Aspek layanan ini memerlukan *operational excellence* yang menghendaki adanya standar proses (*standard of process*) guna membentuk *service level* yang berpengaruh terhadap standar hasil (*standard of result*) yang akan dicapai.²⁷

Layanan yang diberikan harus mencerminkan sikap kerja seorang profesional yang mempunyai keahlian, kesungguhan hati, kompetensi emosional yang tinggi, kemampuan melakukan yang terbaik dengan cara yang terbaik, sikap tidak melanggar etika dan peraturan, serta menjadi bidang yang digeluti sebagai penghidupan.²⁸

Perilaku layanan yang ditampilkan mesti bersentuhan dengan keikhlasan sehingga mudah terkristalisasi menjadi budaya layanan (*service culture*) sebagai kewajiban seorang muslim. Layanan yang diberikan bersifat proaktif dan cepat serta harus

²⁷ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, 297.

²⁸ *Ibid.*, 298.

dituangkan dalam bentuk *service level agreement* bagi pelaku sebagai wujud anjuran Rasulullah Muhammad saw.²⁹

Secara umum, standar layanan perbankan syariah meliputi.³⁰

1) Penampilan diri

Salah satu implementasi standar perilaku karyawan yang baik adalah menjaga penampilan diri agar nasabah yang dilayani merasa nyaman dan percaya terhadap banknya. Penampilan petugas bank syariah harus memperhatikan kebersihan, keindahan, kerapian, tidak menonjolkan penampilan fisik, serta menutup aurat.

Penampilan diri tidak hanya dalam bentuk fisik, tetapi harus dilengkapi dengan perilaku yang baik dan sopan serta menyenangkan ketika memberikan layanan. Hal tersebut erat dengan tuntutan Islam agar seorang muslim wajib membahagiakan orang lain.³¹

Petugas bank syariah dituntut untuk berpenampilan baik sewaktu memberikan pelayanan karena penampilan adalah hal pertama yang dilihat oleh nasabah. Penampilan yang harus dimiliki karyawan bank syariah adalah:

- a) Bersikap wajar
- b) Selalu rapi

²⁹ Ibid., 298.

³⁰ Ibid., 298.

³¹ Ibid., 299.

- c) Memberikan sambutan berupa senyum dan mengucapkan salam ketika bertemu atau berpisah dengan nasabah, termasuk ucapan terimakasih.
- d) Senantiasa bersikap optimis, tidak pesimis, dan tidak ragu-ragu dalam bertindak sehingga memberikan kesan mampu memberikan layanan yang optimal kepada nasabah.
- e) Bersikap dan berperilaku baik, gesit, mudah bergaul, dan cepat tanggap, namun tidak *over acting* di depan nasabah atau tamu yang dapat membuat mereka jengkel.
- f) Mendengarkan nasabah dengan perhatian, dan sopan dalam melayani.
- g) Bersikap antusias saat menghadapi nasabah sehingga nasabah merasa memperoleh perhatian serius.
- h) Selalu suka membantu nasabah sesuai dengan ketentuan sehingga nasabah merasakan kehadiran dan manfaat karyawan yang ditugasi berkat solusi yang diberikan dalam setiap penyelesaian masalah.
- i) Menjunjung tinggi kejujuran, kedisiplinan, semangat kerja, dan memelihara kesehatan.³²

³² Ibid., 300-303.

2) Kebersihan dan kerapian ruang kerja

Saat ini kantor tidak sekedar tempat kerja, namun telah menjadi rumah singgah utama bagi karyawan dalam berkarir dan mencari nafkah sehingga ruang kerja harus ditata agar betah ditempati. Kondisi asri yang terbentuk juga dapat menciptakan suasana “homey” bagi para tamu dan nasabah yang berkunjung.

Kebersihan dan kerapian ruang kerja dapat menciptakan kenyamanan dalam memberikan layanan kepada nasabah. Penataan ruang kerja perlu dilakukan karena berkaitan dengan kebutuhan internal dan tuntutan eksternal. Adapun manfaat yang akan diperoleh adalah:

- a) Menciptakan lingkungan kerja yang bersih, higienis, nyaman, dan menyenangkan semua orang.
- b) Meningkatkan semangat dan moralitas.
- c) Mendorong efisiensi dalam bekerja.
- d) Mendorong karyawan supaya berdisiplin tinggi karena dapat melaksanakan tugas secara cepat, tepat, dan akurat.
- e) Menciptakan pribadi karyawan yang cekatan dan profesional.³³

³³ Ibid., 304.

3) Pengetahuan produk dan jasa perbankan

Produk bank syariah berbeda dengan bank konvensional karena produknya lebih variatif, antara lain jual beli, sewa-menyewa, sewa beli, gadai, pembiayaan bagi hasil, kemitraan modal, sukuk, dan anjak piutang dengan keanekaragaman akad.

Keberagaman produk tersebut menuntut penguasaan fikih oleh para karyawan terkait produk yang ditawarkan selain teknis perbankan secara umum. Penguasaan tentang produk dan jasa beserta prinsip syariah yang terkandung merupakan muatan yang harus dikuasai *frontliner* dan karyawan bank syariah. Apalagi nasabah yang datang ingin mendapatkan diferensiasi layanan agar terhindar dari riba, spekulasi, di samping keinginan untuk bermitra.

4) Standar berkomunikasi dengan nasabah

Komunikasi yang baik dengan nasabah dapat membangun kesan positif terhadap bank sehingga turut membantu terbentuknya nasabah yang loyal yang berpengaruh terhadap pertumbuhan bisnis, profit, dan kelangsungan usaha.

Komunikasi yang dibangun ketika melayani nasabah bank syariah harus mendasar, transparan, dan saling menguntungkan. Apalagi pemahaman masyarakat tentang bank syariah belum sebaik pemahaman terhadap bank konvensional sehingga karyawan bank syariah dituntut untuk menguasai

prinsip dasar bank syariah, model akad, serta *product knowledge* yang berbeda dengan produk bank konvensional. Selain itu, produk harus dikomunikasikan secara jelas dan terbuka terkait jenis barang, margin keuntungan, perhitungan bagi hasil, dan hal penting lain untuk menghindari *asymmetric information*.

5) Standart penanganan keluhan nasabah

Pengaduan nasabah merupakan ungkapan ketidakpuasan nasabah yang disebabkan oleh adanya potensi kerugian finansial yang diduga akibat kesalahan atau kelalaian bank. Penanganannya perlu dilakukan secara bijaksana karena keluhan yang disampaikan dapat meruncing kembali bila penyelesaiannya tidak cepat, akurat, dan menimbulkan masalah lain.

Penanganan yang diberikan harus cepat, tepat, dan memuaskan dengan memperhatikan beberapa hal berikut:

- a) Berempati dalam menerima keluhan
- b) Kecepatan memberikan tanggapan
- c) Permintaan maaf
- d) Kredibilitas
- e) Perhatian³⁴

³⁴ Ibid., 304-307.

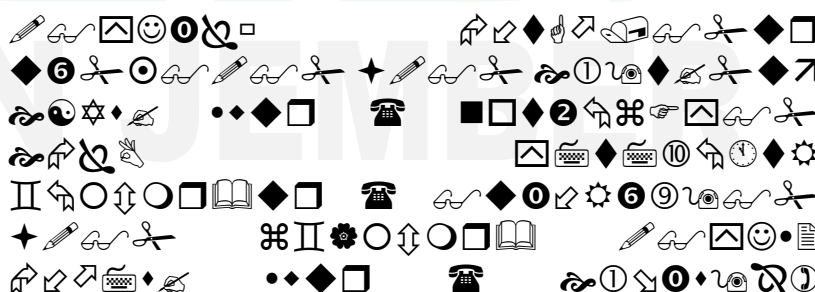
2. Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip ekonomi Islam membentuk keseluruhan kerangka, yang jika diibaratkan sebagai sebuah bangunan. Bangunan ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal, yakni: tauhid (keimanan), ‘*adl* (keadilan), nubuwah (kenabian), khilafah (pemerintah) dan ma’ad (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun teori-teori ekonomi Islam.³⁵

a. Tauhid

Tauhid merupakan prinsip fundamental dalam ajaran Islam. Inti tauhid adalah pengakuan spiritual tentang kesatuan Tuhan dan berkaitan erat dengan potensi spiritual manusia sebagai makhluk teomorfis.³⁶ Tauhid menjadi dasar seluruh konsep dan aktivitas umat Islam, baik di bidang ekonomi, politik, sosial maupun budaya. Dalam al-Qur’an disebutkan, bahwa tauhid merupakan filsafat fundamental dari ekonomi Islam.³⁷

Allah SWT berfirman dalam surat Al-Qashash ayat 77:



³⁵ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 13.

³⁶ Muhammad, *Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 40.

³⁷ Veithzal Rivai., et al., *Islamic Business And Economic Ethics*, 52.



Artinya: Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.³⁸ (Q.S Al-Qashash:77)

Hakikat tauhid juga dapat berarti penyerahan diri yang bulat kepada kehendak ilahi, baik menyangkut ibadah maupun muamalah. Sehingga semua aktivitas yang dilakukan adalah dalam kerangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai kehendak Allah SWT, salah satu contoh praktek ekonomi yang saat ini bertentangan dengan Tauhid adalah bunga.³⁹

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk beraktivitas. Ia hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh Sang Maha Pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaknya menjadi sebuah kekuatan pemicu dalam segala kegiatan.⁴⁰

Ekonomi sebagai sebuah ilmu yang dijadikan mediasi dalam memenuhi kebutuhan (*hajat*) manusia, baik kebutuhan primer (*hajat al asasiyat/basic needs*), kebutuhan sekunder

³⁸ Al-qur'an, 28:77.

³⁹ Veithzal Rivai., *et al.*, *Islamic Business And Economic Ethics*, 53.

⁴⁰ Herman Kertajaya & Muhammad Syakir, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 68.

(*hajat al dharuriat*) maupun kebutuhan pelengkap (*hajat al tahsiniyat*), melibatkan interaksi antara aspek meta fisik dan aspek fisik. Kegiatan ekonomi (bisnis) dalam perspektif tauhid dilandasi oleh prinsip-prinsip Ilahiah yang bermuara pada kesejahteraan lahir dan batin manusia.⁴¹

Inti ilmu Tauhid adalah upaya memenuhi dan meyakini adanya Tuhan dengan sifat-sifat dan perbuatannya-Nya, serta persoalan gaib lainnya.⁴² Sesuai dengan surat Al- Hujuraat 15:



Atinya : Sesungguhnya orang - orang yang beriman, ialah mereka yang betul – betul beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu – ragu dan senantiasa berjuang dengan (kemampuan) harta dan dirinya dijalan Allah. Itulah orang – orang yang benar – benar (beriman).⁴³ (Q.S Al-Hujuraat: 15)

Berkaitan dengan hal tersebut, berikut ini merupakan beberapa hal yang dapat upaya memenuhi dan meyakini adanya Tuhan dengan sifat-sifat dan perbuatannya-Nya, serta persoalan gaib lainnya.

⁴¹ Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 6.
⁴² Mahjudin, *Konsep Dasar Pendidikan Akhlak Dalam Al-Qur'an dan Petunjuk Penerapannya Dalam Hadis* (Jakarta: Kalam Mulia, 2000), 15.
⁴³ Al-Qur'an, 49:15.

1) Taqwa

Taqwa adalah memelihara diri dari siksaan Allah dengan mengikuti segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Orang yang taqwa adalah orang yang menjaga (membentengi) dirinya dari perbuatan jahat, memelihara diri agar tidak melakukan perbuatan yang tidak diridhai oleh Allah SWT., bertanggung jawab mengenai sikap tingkah laku dan perbuatannya serta memenuhi kewajiban.

Dalam dunia perbankan, implementasi sifat taqwa adalah bahwa setiap prinsip operasional perbankan haruslah terhindar dari perbuatan yang tidak diridhai oleh Allah SWT, seperti tidak menerapkan sistem bunga (riba), hanya bersedia membiayai investasi dan usaha yang halal, seluruh produk dan operasional bank syariah didasarkan pada syariat (*wadiah, mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, rahn*).

2) Ikhlas

Secara etimologi *Ikhlas* (Bahasa Arab) berakar dari kata *khalasha* dengan arti bersih, jernih, murni, tidak bercampur. Secara terminologis yang dimaksud dengan *Ikhlas* adalah beramal semata-mata mengharap ridha Allah SWT. Agama mengajarkan bahwa semua ibadah

hendaknya dilakukan semata-mata ikhlas karena Allah SWT. Karena hanya dengan niat yang terikhlaslah, akan terjamin kemurnian ibadah yang akan membawa pelaksanaannya dekat kepada Allah SWT. Tanpa adanya keikhlasan hati, mustahil ibadah akan diterima Allah SWT.

Dalam persoalan perbankan, unsur ikhlas sangat berperan penting, kerja ikhlas bukan berarti kerja tanpa mengharapkan gaji atau honor. Kerja ikhlas dalam hal ini dapat diartikan kerja yang dilakukan tanpa keluh kesah. Segala jerih payah bahkan rasa lelah tidak dirasakan sebagai suatu beban yang berat.

3) Tawakal

Tawakal adalah membebaskan hati dari segala ketergantungan kepada selain Allah dan menyerahkan keputusan segala sesuatunya kepada-Nya.⁴⁴ Tawakal merupakan sebab utama berhasilnya usaha seorang hamba, baik dalam urusan dunia maupun agama, bahkan sebab kemudahan dari Allah SWT bagi hamba tersebut untuk meraih segala kebaikan dan perlindungan dari segala keburukan.

Usaha untuk mencari rizki yang halal dan berkah, seorang hamba yang beriman kepada Allah SWT dalam

⁴⁴ Yunahar Ilyas, *Kuliah akhlak* (Yogyakarta: LPPI, 2014), 17-63.

usahanya mencari rizki tentu dia tidak hanya menargetkan jumlah keuntungan yang besar dan berlipat ganda, tapi lebih dari itu keberkahan dari rizki tersebut untuk memudahkannya memanfaatkan rizki tersebut di jalan yang benar. Dan semua ini hanya bisa dicapai dengan taufik dan kemudahan dari Allah SWT. Maka tentu ini semua tidak mungkin terwujud tanpa adanya tawakal yang benar dalam hati seorang hamba.

Tawakal merupakan suatu cara untuk menyerahkan semua masalah yang menimpa kita kepada Allah SWT. Akan tetapi bukan berarti semua dilimpahkan kepada Allah SWT dan kita hanya berdoa dan berdiam diri menunggu pertolongan Allah SWT tanpa melakukan suatu hal apapun. Kita harus terus berjuang dengan agresivitas yang tinggi sesuai dengan kemampuan kita untuk mencapai apa yang kita tuju. Urusan gagal atau berhasil, biarlah Tuhan yang menentukan. Yang penting kita sudah berusaha untuk merubah nasib kita.

b. Adil

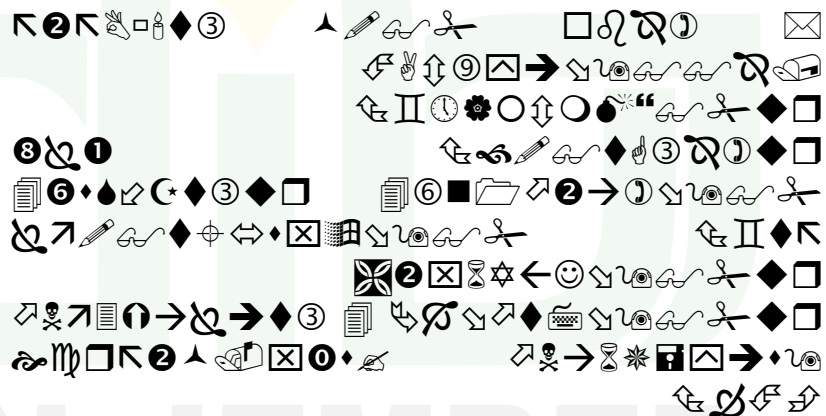
Salah satu prinsip yang sangat penting dalam melaksanakan kegiatan ekonomi Islam adalah keadilan. Berperilaku adil tidak hanya berdasarkan kepada Al-Qur'an dan Al-Hadits, tetapi didasarkan pula pada pertimbangan

hukum alam, yang didasarkan pada keseimbangan dan keadilan.⁴⁵

Berbisnis secara *adil* adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah SWT. Sikap adil termasuk di antara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam. Al-Qur'an telah menjadikan tujuan semua risalah langit adalah untuk melaksanakan keadilan.⁴⁶

Prinsip *adil* merupakan pilar penting dalam ekonomi Islam. Penegakan keadilan telah ditekankan oleh Al-Qur'an sebagai misi utama para Nabi yang diutus Allah.

Seperti dalam firman Allah SWT surat An Nahl ayat 90 yang berbunyi:



Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.⁴⁷ (QS. An Nahl: 90)

⁴⁵ Abdul Manan, *Hukum Ekonmi Syariah : Dalam Prespektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana, 2014), 11.

⁴⁶ Herman Kertajaya & Muhammad Syakir, *Syariah Marketing* (Bandung: Mizan, 2006), 72.

⁴⁷ Al-Qur'an, 16:90.

Penegakan keadilan ini termasuk keadilan ekonomi dan penghapusan kesenjangan pendapatan. Allah yang menurunkan sebagai sistem kehidupan bagi seluruh umat manusia, menekankan pentingnya adanya keadilan dalam setiap sektor, baik ekonomi, politik maupun sosial. Al-Qur'an secara eksplisit menekankan pentingnya keadilan dan persaudaraan tersebut. Menurut M. Umer Chapra, sebuah masyarakat Islam yang ideal mesti mengaktualisasikan keduanya secara bersamaan, karena keduanya merupakan dua sisi yang tak bisa dipisahkan. Dengan demikian, kedua tujuan ini terintegrasi sangat kuat ke dalam ajaran Islam sehingga realisasinya menjadi komitmen spritual (ibadah) bagi masyarakat Islam.

Konsep keadilan sosio-ekonomi yang diajarkan Islam menginginkan adanya pemerataan pendapatan secara proposional. Dalam tataran ini, dapat pula dikatakan bahwa ekonomi Islam adalah ekonomi yang dilandaskan pada kebersamaan. Sehingga timbul anggapan di sebagian masyarakat yang menyatakan bahwa prinsip keadilan sosio-ekonomi Islam mempunyai kemiripan dengan sistem sosialisme. Bahkan pernah ada pendapat yang menyatakan bahwa sistem sosialisme itu jika ditambahkan dan dimasukkan unsur-unsur Islam kedalamnya, maka ia menjadi Islami.

Pendapat dan pandangan yang menyatakan dengan kemiripan sistem keadilan sosio Islam dengan sosialisme tidak sepenuhnya benar, malah lebih banyak kekeliruannya. Prinsip ekonomi sosialisme, yang menolak kepemilikan individu dan menginginkan pemerataan pendapatan, jelas berbeda dengan prinsip ekonomi Islam. Sosialisme sama sekali tidak mengikuti hak milik individu.⁴⁸

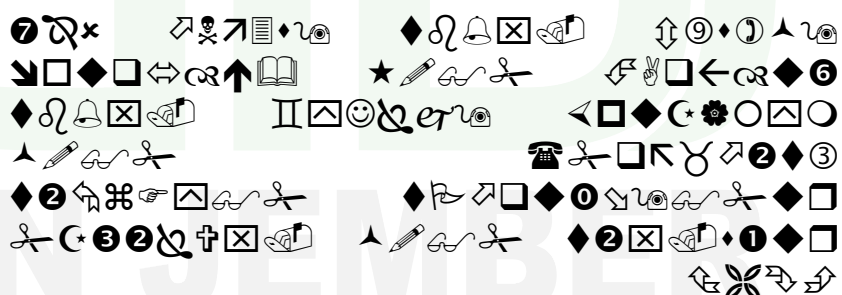
Fokus etika Islam adalah pada perubahan sikap, mentalitas, dan perilaku manusia. Kekuatan implementasi nyata yang ada di balik etika Islam adalah kepercayaan kepada Allah dan akhirat. Islam juga memberi beberapa garis petunjuk khusus untuk bisnis, prinsip pelaksanaan kontrak dengan penuh yakin, tidak melakukan pemalsuan dan *misrepresentasi* (digambarkan secara salah), menimbang barang dengan akurat, tidak dapat dalam penimbunan dan lintah darat, menghindari kehancuran kelebihan produksi, larangan riba dan perdagangan terlarang, perlakuan terhadap pekerja dengan penuh persaudaraan dan polusi lingkungan, hanya merupakan ilustrasi etika bisnis dalam Islam. Sebagaimana dikatakan oleh Rafik Issa Beekum “setiap orang mendapat bagian sesuai jasanya”. Keputusan-keputusan promosi, rekrutmen, dan pemecatan harus dilakukan berdasarkan jasa individu dan tidak ada alasan

⁴⁸ Veithzal Rivai., *et al.*, *Islamic Business And Economic Ethics*, 59-64.

seperti misalnya nepotisme, favoritisme, atau kepentingan pribadi.⁴⁹

c. Nubuwwah

Dalam prinsip ekonomi islam *nubuwwah* berarti kenabian. Prinsip *nubuwwah* dalam ekonomi islam merupakan landasan etika dalam ekonomi mikro. Prinsip *nubuwwah* mengajarkan, bahwa fungsi kehadiran seorang Rasul/Nabi adalah untuk menjalankan syariah Allah SWT kepada umat manusia. Prinsip *nubuwwah* juga mengajarkan, bahwa Rasul merupakan personifikasi kehidupan yang baik dan benar. Untuk itu, Allah mengutus Nabi Muhammad SAW sebagai Rasul terakhir yang bertugas untuk memberikan bimbingan dan sekaligus sebagai teladan kehidupan, sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi:



Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.⁵⁰

⁴⁹ Beekun, Rafik Issa, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 24.

⁵⁰ Al-Qur'an, 33:21.

Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh semua manusia (pelaku bisnis, pemerintah dan segenap manusia) dari Nabi Muhammad SAW., setidaknya ada empat, yaitu:

1. *Siddiq*, berarti jujur dan benar

Prinsip *siddiq* harus melandasi seluruh perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumsi. *Siddiq* dapat dijadikan sebagai modal dasar untuk menerapkan prinsip efisiensi dan efektivitas. Dua prinsip yang oleh Peter Drucker merupakan indikator kesuksesan sebuah perusahaan.

Dari Humaid As-Sa'idi R.A bahwa, Rasulullah SAW bersabda:

وَعَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُهُ أَجْرٍ فَاعِلِهِ (رواه مسلم)

Artinya: Dari Ibnu Mas'ud ra dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Barangsiapa menunjukkan (seseorang) kepada kebaikan, ia mendapatkan pahala serupa dengan orang yang mengerjakannya. (HR. Muslim)⁵¹

Dalam dunia perbankan, lembaga keuangan dan bisnis syariah saat ini prinsip *shiddiq*, mestinya menjadi sesuatu yang membedakan Lembaga Keuangan Syari'ah (LKS) dan bisnis syariah dengan lembaga keuangan dan

⁵¹ Al Hafidh Ibnu Hajar Al Asqani, *Terjemahan Bulughul Maram*, diterjemahkan M. Ali (Surabaya: Mutiara Ilmu, 2011), 676.

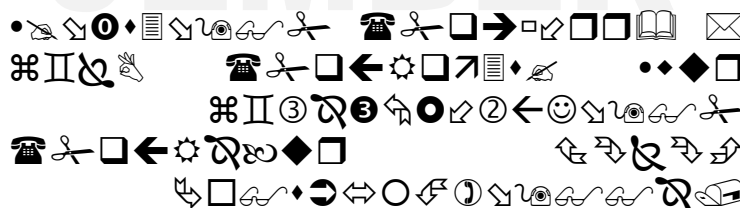
bisnis konvensional, dimana bisnis dalam syariah dilakukan dengan moralitas yang menjunjung tinggi nilai kejujuran. Dengan ini pengelolaan harta dan dana masyarakat dilakukan dengan mengedepankan cara-cara yang halal serta menjauhi cara-cara yang meragukan (syubhat) terlebih lagi yang bersifat larangan (haram).⁵²

2. *Amanah*, berarti dapat dipercaya, profesional, kredibilitas dan bertanggung jawab

Sifat *amanah* merupakan karakter utama seorang pelaku ekonomi syariah dan semua umat manusia. Sifat *amanah* menduduki posisi yang paling penting dalam ekonomi dan bisnis. Tanpa adanya *amanah*, perjalanan dan kehidupan ekonomi dan bisnis pasti akan mengalami kegagalan dan kehancuran. Dengan demikian, setiap pelaku ekonomi Islam mestilah menjadi orang yang profesional dan bertanggung jawab, sehingga ia dipercaya oleh masyarakat dan seluruh pelanggan.⁵³

Dalam Al-Qur'an surat As Syu'ara ayat 181-183

Allah berfirman:



⁵² Ibid., 90.

⁵³ Veithzal Rivai., et al., *Islamic Business And Economic Ethics*, 91.



Artinya: Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.⁵⁴ (QS. Asy Syura: 181-183)

Dalam dunia perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) yang berkembang saat ini sifat *amanah* menjadi kunci sukses ekonomi syariah di masa depan. Jika pelaku ekonomi syariah saat ini menciderai gerakan ekonomi syariah yang dengan sifat dan praktek non-*amanah* (seperti tidak profesional, tidak bertanggung jawab dan tidak kredibel), maka seluruh masyarakat akan kehilangan kepercayaan terhadap lembaga yang bernama “syariah” tersebut.

3. *Tabligh*, adalah komunikatif dan transparan

Para pelaku ekonomi syariah harus memiliki kemampuan komunikasi yang handal dalam memasarkan ekonomi syariah. Dalam mengelola perusahaan, para manajer harus transparan. Demikian pula dalam

⁵⁴ Al-Qur'an, 42:181-183.

melakukan pemasaran, sosialisasi dan edukasi harus berkesinambungan. Dalam melakukan sosialisasi, sebaiknya tidak hanya mengedepankan pemenuhan prinsip syariah semata, tetapi harus juga mampu mengedukasi masyarakat mengenai manfaat bagi pengguna jasa perbankan syariah. *Tabligh* juga berarti bahwa pengelolaan dana dan keuntungannya harus dilakukan secara transparan dalam batas-batas yang tidak mengganggu kerahasiaan bank.⁵⁵

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al

Ahzab ayat 70, yang berbunyi:



Artinya: Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar.⁵⁶

4. *Fathanah*, berarti kecerdasan dan intelektualitas

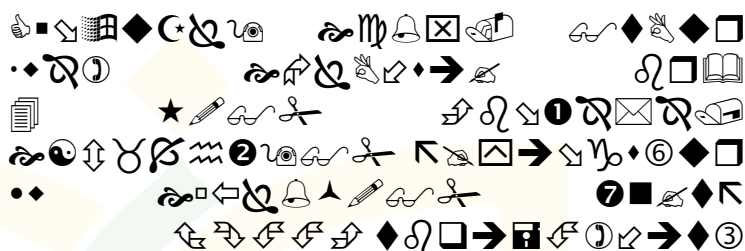
Fathanah mengharuskan kegiatan ekonomi dan bisnis didasarkan dengan ilmu, *skills*, jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab dalam berekonomi dan berbisnis. Dalam dunia bisnis, sifat *fathanah* memastikan bahwa pengelolaan bisnis, perbankan atau lembaga bisnis apa saja, harus dilakukan secara *smart* dan

⁵⁵ Veithzal Rivai., et al., *Islamic Business And Economic Ethics*, 91.

⁵⁶ Al-Qur'an, 33:70.

kompetitif, sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dalam tingkat risiko yang rendah.⁵⁷

Dalam surat Yunus ayat 100 Allah berfirman:



Artinya: Dan tidak ada seorangpun akan beriman kecuali dengan izin Allah; dan Allah menimpakan kemurkaan kepada orang-orang yang tidak mempergunakan akalnyanya.⁵⁸

d. Khilafah

Dalam Al-Qur'an Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi *khalifah* di bumi, artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi. Karena itu pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin.

Seperti dalam salah satu hadist yang berasal dari

Abdullah bin Umar, bahwa Rasulullah SAW bersabda:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ نَافِعٍ عَنْ ابْنِ عُمَرَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ أَلَا كُفُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ فَالْأَمِيرُ الَّذِي عَلَى النَّاسِ رَاعٍ وَمَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُمْ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ

⁵⁷ Veithzal Rivai., et al., *Islamic Business And Economic Ethics*, 92.

⁵⁸ Al-Qur'an, 10:100.

عَلَى بَيْتِ بَعْلِهَا وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُ وَالْعَبْدُ رَاعٍ عَلَى مَالِ
 سَيِّدِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُ أَلَا فَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ
 رَعِيَّتِهِ

Artinya: Qutaibah menceritakan kepada kami, Al-Laits menceritakan kepada kami dari Nafi', dari Ibnu Umar, dari Nabi SAW, beliau bersabda, "Ketahuilah, masing-masing kalian adalah pemimpin, dan masing-masing kalian bertanggung jawab atas kepemimpinannya. Amir yang memimpin atas manusia adalah seorang pemimpin dan ia akan dimintai pertanggung jawaban atas kepemimpinannya. Suami adalah pemimpin bagi keluarganya, dan ia akan dimintai pertanggung jawaban mengenai mereka. Istri adalah pemimpin atas rumah suaminya. dan ia akan dimintai pertanggung jawaban atasnya. Budak adalah pemimpin atas hartanya, dan ia akan dimintai pertanggung jawaban atas hartanya itu. Ketahuilah, masing-masing kalian adalah pemimpin, dan masing-masing kalian akan dimintai pertanggung jawaban atas kepemimpinannya." (HR. Abu Daud)

Khilafah atau berarti pemimpin, membawa implikasi bahwa pemimpin umat dalam hal ini bisa berarti pemerintah adalah suatu yang kecil namun memegang peranan penting dalam tata kehidupan bermasyarakat. Islam menyuruh kita untuk mematuhi pemimpin selama masih dalam koridor ajaran Islam. Ini berarti, negara memegang peranan penting dalam mengatur segenap aktivitas dalam perekonomian. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi dan aturan tersebut tetap dibutuhkan, namun selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dengan kata lain, peran negara adalah berupaya

menegakkan kewajiban dan kaharusan mencegah terjadinya hal-hal yang diharamkan.⁵⁹

Dalam Islam, pemerintahan memainkan peranan yang kecil tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syari'ah, dan untuk memastikan agar tidak terjadi pelanggaran terhadap hak-hak asasi. Semuaini dalam rangka mencapai *maqashid asy syari'ah* (tujuan-tujuan syariah).⁶⁰

e. Ma'ad

Walaupun sering kali diterjemahkan sebagai kebangkitan, tetapi secara harfiah *ma'ad* berarti kembali. Dan kita semua akan kembali kepada Allah SWT. Hidup manusia bukan hanya di dunia, tetapi terus berlanjut hingga alam akhirat. Pandangan yang khas dari seorang muslim tentang duna dan akhirat dapat dirumuskan sebagai: dunia sebagai ladang akhirat. Artinya, dunia adalah wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal saleh), namun demikian, akhirat lebih baik dari pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.⁶¹

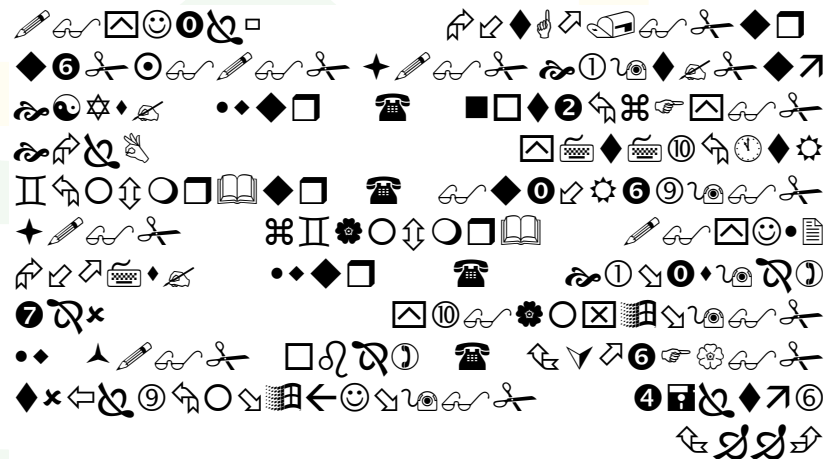
⁵⁹ M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, 33.

⁶⁰ Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, 8.

⁶¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, 22.

Ma'ad diartikan juga sebagai imbalan/ganjaran. Implikasi nilai ini dalam kehidupan ekonomi dan bisnis misalnya, diformulasikan oleh Imam Al-Ghazali yang menyatakan bahwa motivasi para pelaku bisnis adalah untuk mendapatkan laba, baik laba material (*tangible*) maupun laba non-material (*intangible*).⁶²

Allah SWT menegaskan bahwa manusia diciptakan untuk berjuang. Perjuangan ini akan mendapatkan ganjaran, baik di dunia maupun diakhirat. Allah SWT berfirman dalam surat Al Qashash ayat 77 yang berbunyi:



Artinya : Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.⁶³

⁶² Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, 8.

⁶³ Al-Qur'an, 28:77.

Sehubungan dengan ayat di atas, maka manusia hendaknya tidak menjadikan dunia sebagai tujuan pokok dan tidak selayaknya hanya mementingkan dunia saja, tetapi juga harus memerhatikan kehidupan jangka panjang di akhirat nanti. Oleh karena itu, manusia sebagai pelaku ekonomi berupaya memperoleh keuntungan (*ma'ad*) yang bernilai tinggi, yaitu harus mencakup dua kehidupan, yaitu kehidupan dunia dan akhirat. Hal ini dapat dicapai apabila manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi selalu tolong-menolong dalam kebaikan, tidak bertolongan dalam hal keburukan dan kejahatan. Manusia juga dilarang melakukan perbuatan yang dapat merusak ekosistem sehingga dapat mendatangkan bencana kepada umat manusia.⁶⁴

Dalam Islam, mengambil keuntungan dalam melakukan aktivitas ekonomi juga diperbolehkan. Oleh karenanya salah besar yang beranggapan bahwa dalam Islam tidak diperbolehkan mengambil keuntungan. Keuntungan merupakan salah satu hal yang dianjurkan dalam suatu aktivitas ekonomi. Namun yang dilarang dalam Islam adalah mengambil keuntungan yang berlebihan apalagi sampai merugikan orang banyak.

⁶⁴ Abdul Manan, *Hukum Ekonmi Syariah*, 16.

BAB III

METODE PENELITIAN

Di dalam penelitian, metodologi penelitian merupakan bagian yang cukup penting. Dengan penyajian metodologi penelitian ini peneliti memberikan pertanggungjawaban tentang cara-cara yang dipilih untuk memperoleh jawaban atas problematika yang diajukan.²

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Untuk mengkaji penelitian tentang *Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Cabang Jember*, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif. Menurut Kriek dan Miller menjelaskan bahwa pendekatan kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya dan hubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasa dan peristilahannya.³

Dalam keterangan lain, Lexy J. Moleong berpendapat bahwa Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu

² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 474.

³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 3.

konteks khusus alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.⁴

Dalam penelitian kualitatif, manusia adalah sebagai sumber data utama dan hasil penelitiannya berupa kata-kata atau pertanyaan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya (alamiah). Hal ini sesuai dengan pendapat Denzin dan Lincoln yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.⁵

Sedangkan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Karena penelitian ini berdasarkan pada ketertarikan peneliti terhadap strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang ada di BRISyariah kantor cabang Jember.

B. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, lokasi yang diteliti bertempat di Bank BRISyariah Cabang Jember. Bank ini bertempat di Jl. Trunojoyo No. 101 Kaliwates-Jember. Dipilihnya lokasi ini BRISyariah Cabang Jember merupakan Lembaga Keuangan yang berbasis syariah dan memiliki produk baru yang sangat diminati oleh pelajar. Dengan itu peneliti juga tertarik untuk mengadakan penelitian tentang strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dimiliki BRISyariah berdasarkan ekonomi Islam.

⁴ Ibid., 6.

⁵ Ibid., 6.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis dan sumber data. Sumber data adalah tempat, orang atau benda di mana peneliti dapat mengamati, bertanya atau membaca tentang hal-hal yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.⁶ Jenis sumber data pada penelitian ini dibagi atas dua kategori:

1. Sumber Data primer

Sumber data ini adalah sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan. Data ini diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi dengan pihak terkait yaitu: Pimpinan, Supervisor, Manager, dan Marketing.

2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data kedua sesudah sumber data primer. Data yang dihasilkan dari sumber data ini adalah data sekunder. Sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Sumber data sekunder dapat membantu memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding. Data ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter).

⁶ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, 99.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian yang berjudul *Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Cabang Jember* teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi.

- a) Observasi, Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang dimaksud Observasi adalah peninjauan secara cermat. Sedangkan dalam pengertian yang lebih luas. Pengamatan atau observasi adalah aktivitas yang dilakukan makhluk cerdas, terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Data yang diperoleh dari observasi ialah kondisi obyektif penelitian, letak geografis obyek penelitian, dan bentuk kegiatan pemasaran di BRISyariah Cabang Jember.
- b) Wawancara adalah tanya jawab dengan seseorang yang diperlukan untuk dimintai keterangan atau pendapatnya tentang suatu hal. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi di mana sang pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai. Data yang diperoleh dari wawancara ialah keterangan-keterangan yang diambil dari Pimpinan BRISyariah dan Supervisor BRISyariah terkait produk dan harga, Account Officer (AO)

BRISyariah produk SimPel terkait distribusi dan promosi, Customer Service dan Teller terkait pelayanan dan promosi. Teknik yang digunakan dalam wawancara adalah menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, jenis wawancara ini adalah bahwa pertanyaannya tidak dipersiapkan terlebih dahulu dengan kata lain wawancara ini terjadi secara spontan bergantung dengan suasana dan keadaan ketika kegiatan wawancara berlangsung.⁷ Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi di mana sang pewawancara melontarkan pertanyaan-pertanyaan untuk dijawab oleh orang yang diwawancarai terkait produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah cabang Jember.

- c) Dokumentasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain.

Dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengalir atau mengambil data-data dari catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Data dari kegiatan ini adalah catatan, dokumentasi, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Adapun data yang diperoleh melalui dokumentasi ini yaitu peneliti dapat menemukan berbagai macam dokumentasi yang berkaitan dengan Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah.

⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 190.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam penelitian karena dari analisis ini akan memperoleh temuan, baik temuan substantif maupun formal. Pada hakikatnya, analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode/tanda, dan mengategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab.⁸

Sementara itu, Bogdan menyatakan analisis data adalah proses mencari atau menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisir data, menjabarkannya ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain.⁹ Analisis data kualitatif adalah bersifat *induktif*, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dikumpulkan secara berulang-ulang dengan

⁸ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), 209.

⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 88.

teknik triangulasi, ternyata hipotesisnya diterima, maka hipotesis tersebut berkembang mejadi teori.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui 3 tahap, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu merupakan proses pemilihan, perumusan, perhatian, penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dan catatan-catatan tertulis lapangan.¹⁰

Mereduksi data menurut Sugiyono berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.¹¹

2. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah penyajian data. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisirkan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. Dalam hal ini Miles and Hubermas menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.¹²

¹⁰ Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: UI Press, 1992), 15.

¹¹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 92.

¹² *Ibid.*, 95.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.¹³

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dibutuhkan untuk membuktikan bahwa data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya melalui verifikasi data. Untuk memperoleh data yang nilai keabsahannya mempunyai validitas, maka peneliti melakukan usaha-usaha sebagai berikut:

1. Perpanjangan Pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dengan perpanjangan pengamatan ini berarti hubungan peneliti dengan nara sumber akan semakin akrab, semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi.¹⁴

2. Triangulasi Sumber

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.¹⁵ Triangulasi juga diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan

¹³ Ibid., 99.

¹⁴ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 122.

¹⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 330.

berbagai waktu.¹⁶ Dalam tahap ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.¹⁷

G. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, agar pelaksanaannya terarah dan sistematis maka disusun tahapan-tahapan penelitian. Ada empat tahapan dalam pelaksanaan penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap pra lapangan
- b. Tahap pekerjaan lapangan
- c. Tahap analisis data
- d. Tahap evaluasi dan pelaporan



¹⁶ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 125.

¹⁷ *Ibid.*, 127.

BAB IV

TEMUAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat BRISyariah

Secara umum berdirinya BRISyariah berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya No: o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRISyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRISyariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRISyariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya (pemancaran cahaya) yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRISyariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan

modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.

Aktivitas PT. Bank BRISyariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah (*proses spin off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.

Saat ini PT. Bank BRISyariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRISyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRISyariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.⁸⁷

⁸⁷ <http://www.brisyariah.co.id/?q=sejarah>, diakses 05 Mei 2016.

Di Jember sendiri, berdirinya BRISyariah belum terlalu lama didirikan. Pada tanggal 24 September 2012 secara resmi BRISyariah berdiri di Jember, pada awal pendiriannya BRISyariah beralamatkan di Jl. Gajah Mada No. 103 Kelurahan Jember Kidul-Kecamatan Kaliwates-Jember-Jawa Timur (depan KFC Gajah Mada). Pada saat itu pimpinan cabangnya adalah bapak Al Kaff yang berasal dari kota Malang, kemudian diganti oleh bapak Eric Kurniawan yang berasal dari Banyuwangi. Pada pertengahan tahun 2015 tepatnya pada tanggal 28 Mei 2015 kantor cabang BRISyariah pindah lokasi di Jl. Trunojoyo No. 101 Jember Jawa Timur (barat toko buku Gramedia). Bapak Eric Kurniawan selaku pimpinan yang saat itu mengurus kepindahan kantor BRISyariah menuturkan bahwa lokasi awal kurang begitu setrategis, karena dekat dengan tikungan dan akses menuju lokasi juga tidak mudah diingat, kemudian Per juni 2015 BRISyariah yang bertempat di Jl. Trunojoyo No. 101 mulai beroperasi sampai saat ini.⁸⁸ Kemudian, pada awal Juni tahun 2016 yang lalu, Eric Kurniawan selaku pimpinan ketiga dari BRISyariah cabang Jember dipindah ke kantor cabang yang lain.

Dari hasil wawancara didapat keterangan bahwa, proses pergantian pimpinan yang dilakukan oleh BRISyariah sangat tergantung pada kinerja yang dihasilkan. Ketika kinerja yang dihasilkan memuaskan, maka pimpinan tersebut akan lama dipertahankan. Dari keterangan yang didapat, selama ini pimpinan yang paling lama menjabat sebagai pimpinan

⁸⁸ Wawancara dengan Bapak Eric Kurniawan Pimpinan BRISyariah tanggal 5 Mei 2016.

BRISyariah kantor cabang Jember adalah Bapak Eric Kurniawan selaku pimpinan ketiga dari mulai awal berdirinya BRISyariah di kabupaten Jember. Selain melihat pada kinerja yang didapat, proses pergantian pemimpin juga dipengaruhi oleh kebutuhan akan sosok pemimpin baru dengan harapan bisa lebih memberikan inovasi dan gagasan dalam upaya pengembangan BRISyariah terutama BRISyariah kantor cabang Jember. Faktor lain yang juga sangat penting adalah regulasi dari BRISyariah pusat terkait pergantian pemimpin.⁸⁹

2. Letak Geografis BRISyariah

BRISyariah terletak di pusat kota Jember dan berdekatan dengan *Mall-Mall* besar serta toko buku besar yang ada di Jember. BRISyariah beralamat di Jl. Trunojoyo No. 101 Kaliwates-Jember.

Berbatasan langsung dengan:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan coffe toffie
- b. Sebelah timur \pm 50 M berbatasan dengan Gramedia.
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Pasar Tanjung.⁹⁰

3. Visi dan Misi BRISyariah

Visi BRISyariah

Menjadi Bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.⁹¹

⁸⁹ Wawancara dengan Bapak Riski Alamsyah selaku pimpinan yang baru mejabat di BRISyariah 06 Juni 2016.

⁹⁰ Observasi, tanggal 19 April 2016.

⁹¹ Data dokumentasi BRISyariah.

Misi BRISyariah:

- a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai prinsip-prinsip syariah.
- c. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun, dimanapun.
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.⁹²

4. Fungsi BRISyariah

Secara umum fungsi bank adalah sebagai suatu lembaga keuangan untuk menghimpun dan menyalurkan dana dari dan untuk masyarakat berupa kredit dan jasa. Sementara itu fungsi utama BRISyariah cabang Jember adalah melakukan kegiatan pendanaan (*funding*) dengan Tabungan (Faedah, Impian, Haji, TabunganKu dan Simpanan Pelajar), Giro dan Deposito. Kemudian dari sisi pembiayaan (*lending*), BRISyariah cabang Jember memiliki berbagai produk antara lain: Unit Mikro, KPR/KPR Sejahtera, KMG, Pembiayaan Umroh dan KKB.⁹³

⁹² Data dokumentasi BRISyariah.

⁹³ Penjelasan dari Bapak Alex Ari Gustopo Bank BRISyariah tanggal 11 Mei 2016.

Tabel 4.1
JUMLAH KARYAWAN BRISYARIAH
KANTOR CABANG JEMBER

No	Keterangan	Jumlah
1.	Pimpinan	1 Orang
2.	Manager Marketing Micro	1 Orang
3.	Supervisor Layanan	1 Orang
4.	Supervisor Collection	1 Orang
5.	Reviewer Junior	-
6.	Legal	1 Orang
7.	Unit Head	3 Orang
8.	Account Officer	2 Orang
9.	Back Office	1 Orang
10.	Customer Service	1 Orang
11.	Teller	1 Orang
12.	Account Officer Micro	12 Orang
13.	Satpam	3 Orang
14.	Pramubakti	1 Orang
Jumlah Keseluruhan		27 Orang

Sumber: Data dokumentasi tahun 2016.

TABEL 4.2
DAFTAR PONDOK PESANTREN PENERIMA LEMBARAN
PERJANJIAN KERJASAMA (PKS) DI KABUPATEN BONDOWOSO
DENGAN BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG JEMBER

NO	NAMA PONDOK PESANTREN
1	Pondok Pesantren Adz Zakirin
2	Pondok Pesantren Al Barokah II
3	Pondok Pesantren Al Faruq
4	Pondok Pesantren Al Fattah
5	Pondok Pesantren Al Furqon II
6	Pondok Pesantren Al Hasyimi
7	Pondok Pesantren Al Hidayah
8	Pondok Pesantren Al Ikhlas
9	Pondok Pesantren Al Barokah III
10	Pondok Pesantren Al Barokah
11	Pondok Pesantren Al Fatah
12	Pondok Pesantren Al Furqon

13	Pondok Pesantren Al Ma'shumiyy
14	Pondok Pesantren An Nur
15	Pondok Pesantren Assyafi'iyah
16	Pondok Pesantren At Taufiq
17	Pondok Pesantren Bahrul Ulum
18	Pondok Pesantren Darul Falah
19	Pondok Pesantren Darul Muhajirin
20	Pondok Pesantren Darul Ulum
21	Pondok Pesantren Darul Ulum II
22	Pondok Pesantren Darul Ulum III
23	Pondok Pesantren Darun Najah
24	Pondok Pesantren Darus Salam
25	Pondok Pesantren Ibrahim Hamdani
26	Pondok Pesantren Mambaul Ulum
27	Pondok Pesantren Mambaul Ulum II
28	Pondok Pesantren Mi'rajul Ihtida'
29	Pondok Pesantren Misbahul Jadid
30	Pondok Pesantren Misbahul Kamal
31	Pondok Pesantren Nurul Falah
32	Pondok Pesantren Nurul Fata
33	Pondok Pesantren Nurul Hasan
34	Pondok Pesantren Nurul Hasan II
35	Pondok Pesantren Nurul Hidayah
36	Pondok Pesantren Nurul Hidayah II
37	Pondok Pesantren Nurul Hikmah
38	Pondok Pesantren Nurul Imam
39	Pondok Pesantren Nurul Imam II
40	Pondok Pesantren Nurul Islam
41	Pondok Pesantren Nurul Islam II
42	Pondok Pesantren Nurul Khalil
43	Pondok Pesantren Nurul Khulus
44	Pondok Pesantren Nurul Masyaikh
45	Pondok Pesantren Nurul Muttaqin
46	Pondok Pesantren Nurul Ulum
47	Pondok Pesantren Nurut Taqwa
48	Pondok Pesantren Nurut Tholabah
49	Pondok Pesantren Putri Nurul Khulus
50	Pondok Pesantren Raudlatul Falah
51	Pondok Pesantren Sabilil Mukarromah

52	Pondok Pesantren Salafiyah Safi'iyah
53	Pondok Pesantren Salafiyah Safi'iyah II
54	Pondok Pesantren Salaful Mubaroq
55	Pondok Pesantren Sayyid Muhammad Alwi Al Maliki
56	Pondok Pesantren Sirojul Iman
57	Pondok Pesantren Sunan Giri
58	Pondok Pesantren Zain Al Husna
59	Pondok Pesantren Raudlatul Jannah
60	Pondok Pesantren Ma'rajul Ma'aly
61	Pondok Pesantren Miftahul Hidayah
62	Pondok Pesantren Miftahul Huda
63	Pondok Pesantren Miftahul Ulum
64	Pondok Pesantren Miftahul Ulum II

TABEL 4.3

**DAFTAR PONDOK PESANTREN PENERIMA LEMBARAN
PERJANJIAN KERJASAMA (PKS) DI KABUPATEN JEMBER
DENGAN BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG JEMBER**

NO	NAMA PONDOK PESANTREN
1	Pondok Pesantren Al Ikhlas
2	Pondok Pesantren As Surur
3	Pondok Pesantren Darul Ulum
4	Pondok Pesantren Darun Najah
5	Pondok Pesantren Latifiyah
6	Pondok Pesantren Mambaul Ulum
7	Pondok Pesantren Mambaul Ulum II
8	Pondok Pesantren Manhadrul Ubbad
9	Pondok Pesantren Miftahul Ulum
10	Pondok Pesantren Miftahul Ulum II
11	Pondok Pesantren Nurul Ali
12	Pondok Pesantren Nurul Hidayah
13	Pondok Pesantren Nurul Iman

TABEL 4.4

**DAFTAR PONDOK PESANTREN PENERIMA LEMBARAN
PERJANJIAN KERJASAMA (PKS) DI KABUPATEN LUMAJANG
DENGAN BANK BRISYARIAH KANTOR CABANG JEMBER**

NO	NAMA PONDOK PESANTREN
1	Pondok Pesantren Ainul Himam
2	Pondok Pesantren Al Ishlah
3	Pondok Pesantren AsSunniah
4	Pondok Pesantren Darul Ulum
5	Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadien
6	Pondok Pesantren Moden Hidayatul Hasan
7	Pondok Pesantren Nurul Hidayah
8	Pondok Pesantren Nurul Huda
9	Pondok Pesantren Rohmatul Umam
10	Pondok Pesantren Salafiyah Al Munir

Sumber: Data dokumentasi tahun 2016.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data dalam penelitian merupakan laporan tertulis dari peneliti, tentang aktifitas-aktifitas penelitian yang dilakukan di lapangan (BRISyariah Cabang Jember). Sehingga, data-data yang didapat peneliti, berupaya dituangkan dalam laporan ilmiah ini. Baik laporan hasil observasi (pengamatan), *interview* (wawancara) dan dari dokumentasi yang diperoleh peneliti selama di lapangan.

Adapun penyajian data dalam hal ini adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah cabang Jember.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para penguaha dalam usahanya untuk mempengaruhi kelangsungan usahanya, untuk berkembang dan mendapatkan laba berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran produk keuangan maupun lainnya.

Arti dasar adanya strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu untuk dapat tercapainya suatu tujuan pemasaran perusahaan.

Tentunya dalam hal pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) ini juga memerlukan yang namanya strategi pemasaran, agar produk tersebut sampai kepada siswa-siswi yang membutuhkannya. Dalam kegiatan pemasaran, selalu berhubungan dengan produk, harga, saluran distribusi atau tempat, promosi, dan layanan.

a. Produk

Produk merupakan unsur terpenting dalam suatu pemasaran. Sebelum sebuah perusahaan melakukan penentuan harga, promosi, pelayanan dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran, produk suatu perusahaan harus

terlebih dahulu ditentukan, bagaimana kualitas produk, kegunaan produk dan manfaat suatu produk.

Dalam mekanisme kerjanya, bank syari'ah harus berpedoman terhadap prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya, yang mana prinsip-prinsip syariah tersebut akan mengatur produk yang ditawarkan oleh bank syari'ah dan operasionalnya agar benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah.

Seperti pernyataan Bapak Alex selaku Supervisi BRISyariah berikut ini:

Pada BRISyariah cabang Jember sangat mengedepankan dan konsisten terhadap prinsip-prinsip syari'ah yang mana bisa dilihat dari berbagai produk yang ditawarkan (Tabungan Faedah iB, prodak-prodak tersebut sudah mendapatkan rekomendasi dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mana tugas dari DPS adalah untuk mengawasi kegiatan Bank, serta memastikan kepatuhan kegiatan bisnis dan operasional bank agar sesuai dengan prinsip syari'ah. DPS juga melakukan pemastian terhadap pelaksanaan prinsip syari'ah dalam kegiatan bisnis dan operasional Bank dengan melakukan koordinasi dan asistensi kepada unit-unit kerja terkait dalam Bank.⁹⁴

Selain pernyataan dari Bapak Alex di atas, Bapak Eric Kurniawan juga memberikan pernyataan terkait produk SimPel, seperti ucapannya berikut ini:

SimPel merupakan produk yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bersama beberapa bank, salah satunya adalah BRISyariah. Fiturnya pun juga disesuaikan dengan kebutuhan siswa.⁹⁵

⁹⁴ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

⁹⁵ Eric Kurniawan, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

Lebih lanjut, salah satu dari Account Officer (AO) dari produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Ibu Ratih Parahita juga menyatakan:

Untuk produk kita sudah ada legalitas dari DPS BRISyariah pusat, kita tinggal menerapkan saja disini. Apalagi produk ini juga berasal dari OJK, bukan murni produk BRISyariah.⁹⁶

Kalau berbicara masalah halal dalam produk ini tentunya halal, selain sudah menapatkan fatwa halal dari DPS, produk ini tentunya oleh OJK juga sudah dipertimbangkan ketika diterapkan pada bank-bank syariah. Memang antara SimPel yang ada di bank syariah dengan yang ada di bank konvensional berbeda, perbedaan yang mencolok salah satunya pada akad yang digunakan, SimPel BRISyariah menggunakan akad wadi'ah.⁹⁷

Berkaitan dengan produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB, pimpinan BRISyariah mengungkapkan:

Hal yang perlu diketahui dan dipahami adalah kegunaan dan kebutuhan suatu produk yang akan dipasarkan. Terus terang, produk SimPel ini ketika dibandingkan dengan produk lainnya sangat berbeda jauh. Salah satu perbedaan yang sangat nampak adalah fitur dan persyaratan. Selain itu ketika dikalkulasi masalah keuntungan, produk ini sangat minim sekali memberikan keuntungan bagi bank, karena tujuan utamanya bukan kepada hasil tetapi lebih kepada pembelajaran kepada siswa.⁹⁸

Sementara itu, AO produk SimPel juga mengatakan:

Tujuan utama dari produk ini adalah edukasi, bukan kepada laba atau keuntungan yang akan didapat. Kita bayangkan saja ketika setoran pembukaan rekening hanya Rp. 5.000, itu sudah dapat ATM dan buku tabungan yang sudah bisa digunakan oleh nasabah.⁹⁹

⁹⁶ Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

⁹⁷ Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

⁹⁸ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

⁹⁹ Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

Hampir sama dengan keterangan yang diberikan oleh Bapak Mu'min, Ibu Ratih yang juga seorang AO produk SimPel juga mengatakan:

Untuk produk ini memang sangat murah sekali, SimPel memang diperuntukan untuk siswa-siswi mulai dari PAUD hingga SMP, tujuannya hanya sebagai pembelajaran terhadap dunia perbankan.¹⁰⁰

Dalam kesempatan lain, pimpinan baru BRISyariah Bapak Riski Alamsyah mengatakan:

Mencerdaskan kehidupan bangsa itu banyak cara dan metodenya, salah satunya lewat dunia perbankan atau lembaga keuangan yang berbasis syariah maupun non syariah. Sebut saja produk SimPel ini, bukan masalah laba, keuntungan, margin, profit atau yang lainnya. Tetapi aspek pembelajaran yang menjadi tujuan utama produk ini.

Berikut ini merupakan gambaran dari produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah iB:¹⁰¹

SimPel iB

Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

Persyaratan

1. Perjanjian kerja sama antara BRISyariah dengan sekolah
2. Mengisi kelengkapan aplikasi pembukaan Rekening Simpanan Pelajar (SimPel)
3. Melengkapi dokumen pembukaan rekening . (siswa : Kartu Keluarga/NISN/NIS, dan Orang Tua/Wali : KTP)

¹⁰⁰ Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

¹⁰¹ Data dokumentasi BRISyariah.

Fitur

1. Akad wadi'ah
2. Setoran awal minimal Rp 1.000
3. Minimal setoran selanjutnya Rp 1.000
4. Saldo minimum Rp 1.000
5. Limit penarikan Rp 500.000 /hari
6. Dapat diberikan kartu ATM (pilihan)
7. Dapat diberikan fasilitas e-channel berupa MobileBRIS, SMSBRIS, dan phone banking (callBRIS)

Biaya

1. Biaya administrasi tabungan gratis
2. Biaya dibawah saldo minimum gratis
3. Biaya rekening dormant Rp 1.000/bulan (dikenakan apabila rekening tidak aktif transaksi selama 12 bulan)
4. Biaya penggantian buku tabungan saat pembukuan rekening atau karena habis gratis
5. Biaya penggantian buku tabungan karena hilang/rusak Rp 5.000
6. Biaya pembuatan kartu ATM Rp 5.000
7. Biaya penggantian kartu ATM karena hilang/rusak Rp 15.000
8. Biaya penutupan rekening Rp 1.000

Keunggulan

1. CIF dan rekening atas nama anak
2. Setoran awal ringan
3. Biaya murah
4. Bebas biaya administrasi
5. Memperoleh kartu ATM (pilihan)
6. Gratis fitur faedah (transaksi melalui ATM, melalui jaringan BRI, PRIMA dan Bersama)
7. Memperoleh buku tabungan
8. Diberikan bonus sesuai kebijakan Bank
9. Rekening dapat diberikan fasilitas layanan autodebet berdasarkan standing intruction, pembayaran tagihan rutin, zakat / infaq / sedekah, autosweep dan sebagainya.

Dari hasil gambaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah di atas, Ibu Ratih selaku AO produk SimPel memberikan tambahan penjelasan bahwa:

Mengingat produk ini sangat murah (tidak ada potongan bulanan dan setoran awal hanya Rp. 1.000), ada regulasi yang mengatur mekanisme kerja produk ini. Untuk batas umur, peraturan yang dibolehkan untuk menggunakan adalah yang umurnya dibawah 17 tahun, setelah umur lebih dari itu secara otomatis akan terblokir dan bisa dipindahkan ke produk faedah yang posisinya lebih tinggi dari SimPel.¹⁰²

b. Harga

Penentuan harga sangat bergantung pada suatu produk yang akan dipasarkan kepada calon nasabah. Penentuan harga juga sangat bergantung kepada seberapa baik kualitas produk dan bagaimana manfaat dari produk yang ditawarkan,

Kebijaksanaan harga erat kaitannya dengan keputusan tentang jasa yang dipasarkan. Hal ini disebabkan harga merupakan penawaran suatu produk atau jasa. Harga merupakan nilai dari manfaat produk yang ditawarkan kepada pembeli dengan mempertimbangkan biaya, kualitas, diferensiasi, daya beli, dan harga pasar, termasuk daya tarik yang ditawarkan berupa diskon, *cash back*, hadiah, dan sistem pembayaran yang mendukung keberhasilan penjualan.

Berikut ini pernyataan yang diucapkan oleh Bapak Mu'min selaku AO produk Simpanan Pelajar (SimPel):

¹⁰² Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 16 Agustus 2016.

Untuk harga pastinya menyesuaikan kebutuhan siswa, artinya kita hanya sebagai pelaksana dan bukan pembuat, SimPel merupakan produk yang dikeluarkan oleh OJK sekaligus memiliki otoritasnya juga OJK. Jadi, bank-bank yang memiliki produk ini harus tunduk dengan kebijakan yang dikeluarkan oleh OJK lebih-lebih masalah harga.

Dari kegiatan observasi yang dilakukan oleh peneliti, satu hal yang perlu dimengerti dalam masalah harga adalah perbedaan SimPel yang ada di bank syariah dan SimPel yang ada di bank konvensional, dari sinilah perbedaan yang paling menonjol.¹⁰³

Dilain waktu, Bapak Mu'min juga memberikan pernyataannya, seperti pernyataannya berikut ini:

Untuk harga, kita tidak ada biaya administrasi bulanan. Sesuai tujuannya, produk ini memang ditujukan kepada siswa dan siswi mulai PAUD sampai SMA. Ketika nasabah yang menabung usianya sudah lebih dari 17 tahun, secara otomatis dia sudah tidak bisa melakukan transaksi dengan produk ini. Nasabah tersebut harus dipindah ke Tabungan Faedah. Dari ketentuan tersebut sudah bisa dilihat kalau produk ini memang orientasinya bukan kepada hasil, tetapi edukasi yang menjadi tujuan utama.¹⁰⁴

Dari kegiatan observasi yang dilakukan peneliti, perbedaan yang nampak antara SimPel Syariah dan SimPel Konvensional adalah dalam hal fitur, dalam hal fitur, pada SimPel Syariah akad yang digunakan adalah wadi'ah dan pada SimPel Konvensional tidak terdapat bunga. Kemudian biaya yang dibebankan, pada SimPel Konvensional, setoran awal minimum Rp. 5.000 sedangkan pada SimPel Syariah setoran awal minimum Rp. 1.000. Kemudian

¹⁰³ Observasi, tanggal 13 Mei 2016.

¹⁰⁴ Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 16 Agustus 2016.

terkait fitur dan biaya lain-lainnya, pada setiap bank yang berbasis syariah maupun konvensional memiliki kebijakan sendiri-sendiri.¹⁰⁵

c. Saluran distribusi atau Tempat

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Pendistribusian produk dalam kegiatan pemasaran sangat penting dilakukan oleh suatu perbankan. Dalam pendistribusiannya, BRISyariah Jember memakai seorang pemasar dalam mendistribusikan produk SimPel, seperti pernyataan Bapak Alex berikut ini:

SimPel ini memiliki tenaga marketing/AO sendiri, kita tidak mencampurkan marketing SimPel dengan marketing produk yang lain, semisal marketing micro. Pengelompokan ini kita gunakan untuk memudahkan melakukan monitoring dan evaluasi dalam hal target yang dibebankan kepada para marketing.¹⁰⁶

Seorang pemasar harus bisa memahami sifat nasabah, kondisi nasabah dan keinginan nasabah. Untuk mengetahui hal tersebut dibutuhkan sifat profesional dan harus bisa berkomunikasi dengan baik. Berkaitan dengan itu, pimpinan BRISyariah mengatakan:

Kualifikasi sumber daya manusia memegang peran penting di BRISyariah dalam memperoleh seorang AO yang baik,

¹⁰⁵ Observasi, tanggal 12 Agustus 2016.

¹⁰⁶ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016

profesional dan memiliki kompetensi di bidang pemasaran agar produk dan jasa yang sudah dibebankan dapat dijual kepada nasabah yang benar-benar membutuhkan.

Dari observasi yang dilakukan oleh peneliti mengenai keberadaan tempat, sejauh ini tempat yang digunakan untuk melakukan aktivitas pemasaran sangat strategis. Berada di pusat kota Jember, kantor BRISyariah berdekatan dengan pusat-pusat perbelanjaan yang ada di kota Jember.¹⁰⁷

Berkaitan dengan tempat, Bapak Eric Kurniawan selaku pimpinan BRISyariah menuturkan:

Diawal operasional Kantor BRISyariah, dahulu bertempat di Jl. Gajah Mada tepatnya di depan KFC Gajah Mada Jember, namun seiring dengan persaingan bisnis yang semakin kompleks dan memandang bahwa tempat yang terdahulu kurang begitu strategis, maka kantor BRISyariah yang berada di Jl. Gajah Mada dipindah tempat ke Jl. Trunojoyo yang mana tempat tersebut lebih strategis.¹⁰⁸

Selanjutnya, peneliti juga melakukan pengamatan tentang kondisi ruangan yang digunakan beraktifitas. Dari pengamatan tersebut didapat bahwa ruangan yang digunakan berisikan brosur-brosur produk yang dimiliki terutama produk Simpanan Pelajar (SimPel), kemudian terdapat juga Banner dan Pamflet yang ditata secara baik sesuai kondisi ruangan. Di dalam ruangan juga terdapat mushola yang digunakan untuk berjama'ah oleh para karyawan dan pimpinan BRISyariah. Selain sebagai tempat beribadah, mushola tersebut juga dipakai sebagai tempat *ngaji bareng* oleh pimpinan

¹⁰⁷ Observasi, tanggal 13 Mei 2016.

¹⁰⁸ Eric Kurniawan, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

dan karyawan BRISyariah setiap Jum'at pagi sebelum memulai aktivitas kerja.¹⁰⁹

d. Promosi

Tidak dapat dipungkiri lagi bahwa promosi adalah salah satu faktor yang diperlukan bagi keberhasilan dan strategi pemasaran yang diterapkan suatu bank syari'ah terutama pada saat ini ketika era informasi berkembang pesat, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Profesionalisme seorang pemasar bisa dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukannya, promosi yang baik bisa dilihat dari bagaimana seorang pemasar melakukan komunikasi dengan calon nasabah, karena dengan komunikasi yang baik akan

Bapak Alex mengatakan:

Untuk kegiatan promosi kita tidak hanya dengan menggunakan brosur saja, tetapi kita lebih mengoptimalkan AO/Marketing produk SimPel. Kalau hanya mengandalkan brosur SimPel kemungkinan target yang dibebankan tidak terealisasi. Kita perlu kontak langsung dengan calon nasabah SimPel, kita juga perlu menjelaskan teknis yang lebih rinci tentang produk SimPel ini, dan yang lebih penting adalah mekanisme kerja yang diterapkan dalam operasional produk ini. Dengan begitu, nasabah akan lebih memahami tentang produk ini.¹¹⁰

Seperti yang kita ketahui, promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat

¹⁰⁹ Observasi, tanggal 24 Mei 2016.

¹¹⁰ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Di samping meningkatkan kualitas produk, BRISyariah juga melaksanakan serangkaian program promosi dengan pendekatan *soft selling* dan *hard selling* dalam kampanye periklanan yang gencar dilakukan di sepanjang tahun 2016.

Untuk memenuhi target tahunan yang dibebankan pimpinan kepada setiap Account Officer (AO) produk Simpanan Pelajar (SimPel), maka kegiatan promosi yang tepat dan efisien harus benar-benar dilakukan agar target bisa tercapai.

Seperti pernyataan Bapak Mu'min Riyadi berikut ini:

Saya dan Mbak Ratih selalu berusaha mempromosikan SimPel kesekolah-sekolah khususnya sekolah-sekolah yang ada dikabupaten Jember. Selain Jember, kita juga ke Lumajang.¹¹¹

Selain pernyataan Bapak Mu'min di atas, Ibu Ratih juga menyatakan:

Perlu usaha yang baik dalam memasarkan SimPel ini mbak, persaingan dengan bank-bank lain juga sangat ketat, karena SimPel ini bukan murni produk BRISyariah saja, tetapi semua bank yang dinaungi oleh OJK mempunyai produk ini.¹¹²

Dalam melakukan promosi sebuah produk ke pada calon nasabah, seorang pemasar (kalau istilah di BRISyariah disebut

¹¹¹ Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

¹¹² Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

Account Officer) harus memiliki Kredibilitas dan Profesionalitas yang mumpuni.

Saya akui, keterbatasan SDM menjadi kendala utama dalam mempromosikan SimPel kemasyarakat (lembaga pendidikan), kami hanya memiliki dua orang Account Officer (AO) dan tugasnya pun tidak hanya terfokus dengan SimPel saja, tetapi produk-produk yang lain juga menjadi tanggung jawab mereka.¹¹³

Dilain waktu, Ibu ratih Parahita memberikan keterangan tentang kegiatan promosi yang dilakukan, ia mengatakan:

Kalau masalah promosi kita wajar-wajar saja, artinya tidak ada yang diunggulkan dan tidak ada yang agak dikesampingkan, SimPel ini kan memang sudah diatur sama OJK tentang fitur, biaya, persyaratan dan lain-lainnya. Tergantung bagaimana kita menyampaikan dan selalu berkoordinasi dengan sekolah-sekolah calon nasabah.¹¹⁴

Dalam kegiatan promosinya, perbankan lebih banyak menitik beratkan pada *personal selling* (menggunakan salesman) dari para periklanan, meskipun keduanya sering pula dilakukan dengan bersama-sama. Hal ini dilakukan karena para pelaku perbankan menganggap bahwa dalam rangka lebih memahami dan meyakinkan para calon nasabah dibutuhkan peran salesman.

Sesuai observasi yang dilakukan, BRISyariah dalam melakukan pemasaran kepada calon nasabah dengan menggunakan brosur.¹¹⁵ Selain brosur, peran AO dalam melakukan kegiatan pemasaran juga sangat penting. Brosur hanya sebagai media

¹¹³ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016

¹¹⁴ Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 24 Mei 2016

¹¹⁵ Brosur adalah informasi tertulis dan tercetak yang hanya terdiri atas beberapa halaman dan dilipat tanpa dijilid, brosur biasanya berupa selebaran cetakan yang berisi keterangan singkat, tetapi lengkap tentang suatu perusahaan atau organisasi.

pembantu, karena untuk meyakinkan dan menarik minat nasabah tidak cukup dengan brosur.¹¹⁶

Senada dengan hasil observasi yang dilakukan peneliti,

Bapak Alex Ari Gustopo juga memberikan keterangan:

Hasil itu tergantung seberapa besar usaha yang kita lakukan, apabila ingin mendapatkan hasil yang besar maka dibutuhkan usaha yang besar juga, dalam artian usaha sama dengan hasil. Promosi yang kita lakukan juga begitu, seberapa banyak hasil yang kita akan dapat tergantung pada seberapa banyak pula usaha yang kita lakukan. Untuk itu, BRISyariah dalam memilih seorang pemasar tidak seenaknya atau semaunya, kita memilih pemasar yang mumpuni, karena berhasil tidaknya pemasaran yang dilakukan tergantung pada usaha promosi yang dilakukan oleh pemasar itu sendiri.¹¹⁷

e. Layanan

Pelayanan merupakan hal yang juga sangat penting dalam eksistensi sebuah perusahaan, sudah banyak perusahaan yang bangkrut karena pelayanan yang diberikan kurang bisa memuaskan konsumen. Contoh sederhana yang sering terjadi bangkrutnya beberapa rumah makan karena pelayanan yang dilakukan oleh rumah makan tersebut sangat tidak memuaskan.

Perbankan syariah merupakan industri keuangan yang harus mampu menjalankan amanah secara profesional. Keprofesional sebuah layanan bisa dilihat dari kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan yang diberikan oleh perbankan.

¹¹⁶ Observasi, tanggal 13 Mei 2016.

¹¹⁷ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 24 Mei 2016.

Kita mengadakan kesepakatan dulu dengan pihak sekolah terkait pelayanan dan teknisnya. Nanti dari pihak bank dengan pihak sekolah melakukan koordinasi terkait waktu.¹¹⁸

Sejalan dengan pernyataan yang diucapkan oleh Bapak Alex Ari Gustopo selaku Supervisi BRISyariah, Account Officer / Marketing produk SimPel yaitu Ibu Ratih Parahita juga mengatakan:

Kepuasan nasabah merupakan prioritas yang kita utamakan, khusus untuk produk Simpanan Pelajar ini kita melakukan pelayanan di sekolah yang sudah terjadwal, diawal kita melakukan kesepakatan dahulu, berapa kali dalam satu minggu pihak BRISyariah datang ke sekolah yang sudah melakukan kerjasama. Jadi untuk pelayanan kita berpusat di sekolah masing-masing sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.¹¹⁹

Senada dengan pernyataan Ibu Ratih Parahita, Bapak Mu'min juga memberikan penjelasan tentang pelayanan yang dilakukan BRISyariah, seperti penjelasannya berikut ini:

Sebenarnya untuk pelayanan harus dilakukan di bank, tujuan produk ini kan untuk mengedukasi siswa-siswi tentang dunia perbankan, jadi siswa-siswi diajak ke bank agar mereka tahu bagaimana transaksi yang dilakukan diperbankan. Tetapi hal itu sulit diterapkan ketika jarak sekolah dengan bank terlampau jauh, tetapi ketika jarak sekolah jauh pihak bank yang mendatangi sekolah tersebut.

Berkaitan dengan proses pelayanan dan mekanisme kerjanya, Customer Service BRISyariah Jember mengatakan:

Untuk pelayanan tetap kami layani sama seperti nasabah-nasabah yang lain mbak. Pihak Bank dan sekolah kan

¹¹⁸ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

¹¹⁹ Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

sudah ada kesepakatan tentang produk (SimPel) ini, jadi kalau ada anak sekolah yang mau nabung atau ambil uang yaa tetap dilayani, asalkan memenuhi ketentuan.¹²⁰

Kemudian terkait pelayanan yang diberikan di kantor cabang, Teller BRISyariah juga mengatakan:

Senantiasa memberikan kecepatan, kemudahan, kenyamanan, keberlangsungan, dan tentu saja syar'i atau kesesuaian dengan syariah Islam dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah BRISyariah cabang Jember.¹²¹

2. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) Brisyariah Cabang Jember.

Dalam analisis bertujuan untuk membandingkan antara data temuan dengan prinsip ekonomi Islam, apakah diantara keduanya ada kesesuaian atau tidak, sehingga dapat ditarik kesimpulan bagaimana analisis ekonomi Islam menyikapi strategi pemasaran terhadap produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang dilakukan BRISyariah. Analisis dalam pembahasan temuan ini mengenai apa yang telah ditemukan di lapangan dan didasarkan pada teori yang ada, karena analisis data merupakan kunci jawaban dari rumusan masalah yang nantinya dituangkan dalam kesimpulan. Analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

¹²⁰ Olivia Eka Candra, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

¹²¹ Andin, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

a. Prinsip Tauhid

Dalam perspektif Islam, perilaku seorang produsen Muslim pun memiliki batasan syariat yang tidak boleh dilanggar, seperti larangan memproduksi barang yang haram, mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar, dan memungut hasi dari riba.

Salah satu ciri khas pemasar Islam yang tidak dimiliki dalam pemasar konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religius, sesuai hasil penelitian didapatkan keterangan bahwa:

Produk-produk yang ada pada BRISyariah cabang Jember adalah produk-produk yang sudah mendapatkan rekomendasi dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) BRISyariah pusat, hal inilah yang menjadi acuan bahwa produk Simpanan Pelajar BRISyariah memang sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Terkait tugas utama dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah melakukan pengawasan terhadap usaha lembaga keuangan yang berada di bawah pengawasannya agar sesuai dengan ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN).¹²²

Dari hasil observasi yang dilakukan terkait harga yang diberikan, harga produk Simpanan Pelajar sudah sangat memenuhi kriteria wajar, BRISyariah Jember selalu berpedoman terhadap ketentuan yang berlaku. Hal ini bisa dilihat dari biaya-biaya yang ada pada produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Jember

¹²² Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

dengan yang ada pada produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang ada dibank-bank syariah yang lain.¹²³

Kemudian dalam melakukan sebuah akad, harus ditentukan unsur-unsur yang harus ada beserta syarat sahnya agar kepentingan diantara pihak-pihak yang berakad terlindungi. Di antara syarat bagi keabsahan suatu perjanjian adalah terhindar dari unsur atau kegiatan yang mengandung riba. Dalam Islam, riba termasuk dosa besar yang harus dihindari. Hal inilah yang sangat diperhatikan oleh BRISyariah Jember.

Mengingat produk-produk BRISyariah sudah mendapatkan rekomendasi dari Dewan Pengawas Syariah (PDS) Pusat dan juga sudah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) maka produk perbankan syariah khususnya produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang menggunakan akad wadi'ah sudah terbebas dari unsur-unsur riba.¹²⁴

Setiap perilaku ekonomi manusia harus didasari oleh prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam yang berasal dari Allah SWT. Karenanya setiap tindakan atau perilaku yang menyimpang dari syariah akan dilarang, sebab hal tersebut akan menimbulkan kemudharatan bagi kehidupan umat manusia baik individu itu sendiri, maupun bagi orang lain. Hal inilah yang menjadi acuan bahwa prinsip Tauhid merupakan prinsip yang paling penting.

¹²³ Observasi tanggal 13 Mei 2016.

¹²⁴ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

Sebagai bank ritel modern, BRISyariah selalu menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah.

Pernyataan diatas menggambarkan bahwa dimensi taqwa (mengikuti segala perintah dan menjauhi segala larangan) benar-benar diterapkan dalam produk dan layanan yang dilakukan BRISyariah Jember. Berkaitan dengan hal ini, Bapak Alex Ari Gustopo juga mengatakan:

Pada BRISyariah cabang Jember sangat mengedepankan dan konsisten terhadap prinsip-prinsip syari'ah yang mana bisa dilihat dari berbagai produk yang ditawarkan (Tabungan Faedah iB, prodak-prodak tersebut sudah mendapatkan rekomendasi dari Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang mana tugas dari DPS adalah untuk mengawasi kegiatan Bank, serta memastikan kepatuhan kegiatan bisnis dan operasional bank agar sesuai dengan prinsip syari'ah. DPS juga melakukan pemastian terhadap pelaksanaan prinsip syari'ah dalam kegiatan bisnis dan operasional Bank dengan melakukan koordinasi dan asistensi kepada unit-unit kerja terkait dalam Bank.¹²⁵

Selain mengandung dimensi taqwa, juga terdapat dimensi tawakal dan ikhlas yang melatar belakangi mekanisme kerja BRISyariah Jember.

Sege nap pimpinan dan karyawan setiap pagi sebelum melakukan aktivitas selalu melakukan doa bersama, hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memohon kepada Allah SWT agar dimudahkan, dilancarkan, diselamatkan segala urusan.¹²⁶

Pernyataan yang diucapkan oleh Bapak Mu'min diatas, disambung oleh Ibu Ratih Parahita:

¹²⁵ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

¹²⁶ Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

Urusan seberapa banyak hasil yang diperoleh kita juga tidak tahu mbak, yang jelas kita setiap pagi sudah berdoa, hasil itu tergantung seberapa besar usaha yang kita lakukan, apabila ingin mendapatkan hasil yang besar maka dibutuhkan usaha yang besar juga, dalam artian usaha sama dengan hasil. Promosi yang kita lakukan juga begitu, seberapa banyak hasil yang kita akan dapat tergantung pada seberapa banyak pula usaha yang kita lakukan.¹²⁷

b. Prinsip Adil

Adil disini mengandung makna bahwa dalam setiap aktivitas ekonomi yang dijalankan agar tidak terjadi suatu tindakan yang dapat mendzalimi orang lain. Seorang produsen Muslim dalam melakukan aktivitas produksinya selalu berjalan dalam syariat, sehingga ia tidak akan melakukan tindakan yang mampu merugikan pihak lain terutama konsumen. Bapak Alex mengatakan:

Untuk kegiatan promosi kita tidak hanya dengan menggunakan brosur saja, tetapi kita lebih mengoptimalkan AO/Marketing produk SimPel. Kalau hanya mengandalkan brosur SimPel kemungkinan target yang dibebankan tidak terealisasi. Kita perlu kontak langsung dengan calon nasabah SimPel, kita juga perlu menjelaskan teknis yang lebih rinci tentang produk SimPel ini, dan yang lebih penting adalah mekanisme kerja yang diterapkan dalam operasional produk ini. Dengan begitu, nasabah akan lebih memahami tentang produk ini.¹²⁸

Hal tersebut bisa dibuktikan oleh peneliti selama proses penelitian dilakukan, dari hasil observasi yang dilakukan, Account Officer BRISyariah selalu berpedoman terhadap brosur dan juga

¹²⁷ Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

¹²⁸ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

personal selling, dalam *personal selling* terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dengan penjual. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat individual dan dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan kesukaan pembeli. Kedua cara tersebut selalu dikombinasikan agar tidak ada yang merasa terdzalimi dan dirugikan.¹²⁹

Hal ini senada dengan pernyataan yang diucapkan oleh Ibu Ratih Parahita bahwa:

Semua produk itu sudah ada ketentuannya, mulai dari SimPel, Faedah, Unit Mikro, Tabungan Haji dan yang lainnya itu. Jadi dalam operasionalnya AO benar-benar menyampaikan apa yang sudah tertulis dalam brosur-brosur itu. Ada sedikit perbedaan terkait promosi, karena dari kebutuhan dan target juga berbeda-beda.¹³⁰

Tidak hanya dalam kegiatan promosi, prinsip keadilan juga dilakukan dalam kegiatan pelayanan, Ibu Andin selaku Teller BRISyariah mengatakan:

Memberikan kecepatan, kemudahan, kenyamanan dan keberlangsungan bagi semua nasabah BRISyariah merupakan kegiatan yang sangat penting. Hal ini dilakukan semata-mata agar semua nasabah tanpa terkecuali merasakan kepuasan dalam transaksi.¹³¹

¹²⁹ Observasi tanggal 13 Mei 2016.

¹³⁰ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

¹³¹ Andin, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

c. Prinsip Nubuwwah

Dalam Islam, pengaplikasian sifat *shidiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathonah* dalam aktivitas bisnis sangatlah penting, terlebih dalam aktivitas perbankan yang selalu berkaitan dengan keuangan.

- 1) *Shidiq* (kebenaran), dimana seorang Nabi dan Rasul senantiasa mengimplementasikan sifat kebenaran dan keikhlasan serta menghindari diri dari perilaku dusta (bohong) dan kemunafikan (tidak sesuai). Begitu juga dengan aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah Jember. Berkaitan dengan ini, Ibu Ratih mengatakan:

Kalau masalah promosi kita wajar-wajar saja, artinya tidak ada yang diunggulkan dan tidak ada yang agak dikesampingkan, SimPel ini kan memang sudah diatur sama OJK tentang fitur, biaya, persyaratan dan lain-lainnya. Tergantung bagaimana kita menyampaikan dan selalu berkoordinasi dengan sekolah-sekolah calon nasabah.¹³²

Para pemasar (Account Officer) senantiasa mengedepankan kebenaran dalam aktivitasnya, terbukti dengan melakukan promosi sesuai ketentuan yang ada, menyampaikan informasi secara benar.

- 2) *Amanah* (terpercaya), sifat ini senantiasa menjelma dalam perilaku kehidupan dalam bentuk kejujuran, saling memercayai, prasangka baik, profesional, kredibilitas dan bertanggung jawab. Sebagai lembaga keuangan yang berfungsi

¹³² Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 24 Mei 2016

menghimpun dan menyalurkan dana, BRISyariah Jember memberikan kemudahan kepada para nasabahnya khususnya nasabah produk Simpanan Pelajar (SimPel) dalam melakukan penarikan (mengambil) dan penyetoran (menabung). Hal ini tidak lepas karena adanya kerjasama antara pihak bank dengan pihak sekolahan terkait mekanisme kerja yang dilakukan.

Berikut ini pernyataan dari BRISyariah:

Untuk pelayanan tetap kami layani sama seperti nasabah-nasabah yang lain mbak. Pihak Bank dan sekolahan kan sudah ada kesepakatan tentang produk (SimPel) ini, jadi kalau ada anak sekolah yang mau nabung atau ambil uang yaa tetap dilayani, asalkan memenuhi ketentuan.¹³³

Dalam kegiatan operasionalnya, BRISyariah Jember juga memberikan bonus bagi setiap nasabah yang melakukan transaksi, bonus tersebut diberikan sesuai dengan kebijakan BRISyariah. Hal ini terkait akad *wadi'ah ad dhamanah* yang digunakan dalam kegiatannya.¹³⁴

- 3) *Fathonah* (cerdas), mengharuskan kegiatan ekonomi dan bisnis didasarkan dengan ilmu, *skills*, jujur, benar, kredibel dan bertanggung jawab dalam berekonomi dan berbisnis. Dalam dunia bisnis, sifat *fathanah* memastikan bahwa pengelolaan bisnis, perbankan atau lembaga bisnis apa saja, harus dilakukan secara *smart* dan kompetitif, sehingga menghasilkan keuntungan maksimum dalam tingkat risiko yang rendah.

¹³³ Olivia Eka Candra, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

¹³⁴ Observasi tanggal 27 Mei 2016.

BRISyariah Jember juga sangat memperhatikan potensi dan *skills* yang dimiliki setiap karyawannya, salah satu contoh adalah memberikan tanggung jawab khusus kepada salah seorang Account Officer yang memiliki kemampuan bagus dan *skills* yang mumpuni untuk melakukan pemasaran produk

Simpanan Pelajar (SimPel). Bapak Alex mengatakan:

SimPel ini memiliki tenaga marketing/AO sendiri, kita tidak mencampurkan marketing SimPel dengan marketing produk yang lain, semisal marketing micro. Pengelompokan ini kita gunakan untuk memudahkan melakukan monitoring dan evaluasi dalam hal target yang dibebankan kepada para marketing/AO.¹³⁵

Tidak hanya memiliki kemampuan bagus dan *skills* yang mumpuni, AO BRISyariah Jember juga melakukan inovasi dan kreatif dalam melakukan pemasaran, seperti pernyataan Ibu Ratih berikut ini:

Perlu adanya inovasi dan daya kreatifitas yang tinggi dalam mempromosikan produk Simpanan Pelajar (SimPel), hal ini bertujuan untuk lebih memberikan daya tarik terhadap produk Simpanan Pelajar (SimPel) bagi nasabah.¹³⁶

Dari hasil observasi yang dilakukan terkait brosur dan buku rekening produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah bahwa brosur dan buku rekeningnya didesain khusus untuk siswa-siswi, hal ini bisa dilihat dari brosur dan buku rekening

¹³⁵ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016

¹³⁶ Ratih Parahita, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

yang bergambar dua anak (siswa dan siswi) berupa gambar kartun.¹³⁷

- 4) *Tabligh* (komunikatif dan transparan), pelaku ekonomi syariah harus memiliki kemampuan komunikasi yang handal dalam memasarkan ekonomi syariah. Dalam mengelola perusahaan, para pelaku usaha juga harus transparan. Demikian pula dalam melakukan pemasaran, sosialisasi dan edukasi harus berkesinambungan.

Untuk kegiatan promosi kita tidak hanya dengan menggunakan brosur saja, tetapi kita lebih mengoptimalkan AO/Marketing produk SimPel. Kalau hanya mengandalkan brosur SimPel kemungkinan target yang dibebankan tidak terealisasi. Kita perlu kontak langsung dengan calon nasabah SimPel, kita juga perlu menjelaskan teknis yang lebih rinci tentang produk SimPel ini, dan yang lebih penting adalah mekanisme kerja yang diterapkan dalam operasional produk ini. Dengan begitu, nasabah akan lebih memahami tentang produk ini.¹³⁸

Dalam melakukan sosialisasi, sebaiknya tidak hanya mengedepankan pemenuhan prinsip syariah semata, tetapi harus juga mampu mengedukasi masyarakat mengenai manfaat bagi pengguna jasa perbankan syariah. Senada dengan penjelasan di atas, dalam kegiatan pemasarannya BRISyariah Jember tidak hanya melakukan sosialisasi terhadap produk Simpanan Pelajar (SimPel) saja, tetapi tujuan utama adalah melakukan edukasi kepada siswa-siswi agar mengerti dan memahami dunia perbankan.

¹³⁷ Observasi, tanggal 27 Mei 2016.

¹³⁸ Alex Ari Gustopo, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

Dari kegiatan observasi yang dilakukan, hal yang tidak kalah penting adalah transparansi, kegiatan yang paling nampak dari sifat ini adalah bahwa disetiap transaksi yang dilakukan pihak BRISyariah Jember selalu melakukan pencetakan transaksi atau dalam dunia perbankan biasa disebut dengan mutasi rekening, mutasi rekening adalah semua catatan atau riwayat transaksi yang terjadi dalam sebuah rekening bank dicetak pada buku tabungan nasabah, baik itu yang berupa aliran dana masuk atau keluar pada setiap buku rekening yang dimiliki oleh nasabah.¹³⁹

Hal ini diperjelas oleh Customer Service BRISyariah Jember, ia mengatakan:

Kita selalu melakukan pencatatan rekening ketika nasabah selesai melakukan transaksi (pengiriman atau penabungan).¹⁴⁰

d. Prinsip Khilafah

Khilafah atau berarti pemimpin, membawa implikasi bahwa pemimpin umat dalam hal ini bisa berarti pemerintah adalah suatu yang kecil namun memegang peranan penting dalam tata kehidupan bermasyarakat.

Dari hasil kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti diketahui bahwa:

¹³⁹ Observasi tanggal 27 Mei 2016.

¹⁴⁰ Olivia Eka Candra, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah merupakan suatu produk yang digagas oleh pemerintah yang dalam hal ini adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berhubungan dengan hal ini, peran Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sangat penting. Disamping sebagai penggagas produk, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga sebagai pembuat regulasi terkait produk Simpanan Pelajar yang ada di perbankan khususnya Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah.¹⁴¹

Dari keterangan dan informasi yang didapatkan dari Bapak

Mu'min Riyadi bahwasannya:

Pemerintah yang dalam hal ini adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tidak hanya membuat regulasi saja, tetapi juga mengadakan serangkaian program yang juga mendukung budaya menabung sejak dini. Program Indonesia Pintar (PIP) adalah salah satu program yang digagas oleh pemerintah yang pendistribusiannya menggunakan produk Simpanan Pelajar (SimPel).¹⁴²

e. Prinsip Ma'ad

Dalam Islam, mengambil keuntungan dalam melakukan aktivitas ekonomi juga diperbolehkan. Oleh karenanya salah besar yang beranggapan bahwa salam Islam tidak diperbolehkan mengambil keuntungan. Keuntungan merupakan salah satu hal yang dianjurkan dalam suatu aktivitas ekonomi. Namun yang dilarang dalam Islam adalah mengambil keuntungan yang berlebihan apalagi sampai merugikan orang banyak.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan keterangan bahwa, tujuan utama BRISyariah melakukan pemasaran produk Simpanan Pelajar (SimPel) adalah untuk

¹⁴¹ Eric Kurniawan, hasil wawancara tanggal 13 Mei 2016.

¹⁴² Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

memberikan edukasi dan pemahaman terhadap dunia perbankan lebih-lebih terhadap ekonomi Islam, bukan untuk mencari keuntungan seperti produk yang lainnya. Seperti pernyataan Bapak Mu'min berikut ini:

Tujuan utama dari produk ini bukan mencari keuntungan, tetapi lebih menitik beratkan kepada edukasi atau pembelajaran akan pentingnya menabung sejak kecil. Sesuai kebijakan yang berlaku, produk ini khusus diperuntukkan pada siswa-siswi yang masih duduk pada PAUD sampai SMA. Dari ketentuan itu sudah jelas bahwa bukan motif perdagangan melainkan pembelajaran akan dunia perbankan.¹⁴³

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan menggunakan wawancara dan observasi kepada pihak BRISyariah, yang dalam hal ini adalah Pimpinan, Supervisor, Account Officer dan pihak-pihak yang terkait dengan produk Simpanan Pelajar (SimPel) bahwa:

1. Startegi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Kantor Cabang Jember

a. Produk

Produk usaha bisnis yang disalurkan kepada para calon nasabah harus memenuhi kriteria baik dan halal, produk tersebut juga harus jelas kualitas dan kegunaannya. Dalam perspektif syariah produksi merupakan sesuatu yang penting. Al-Quran menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan diarahkan kepada manfaat dari barang yang diproduksi.

¹⁴³ Mu'min Riyadi, hasil wawancara tanggal 27 Mei 2016.

Memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Berarti barang tersebut harus diproduksi untuk memenuhi kebutuhan manusia, bukan untuk memproduksi barang-barang mewah secara berlebihan yang tidak sesuai dengan kebutuhan manusia. Hal ini ditegaskan dalam Al-Quran untuk tidak memperbolehkan produksi dalam keadaan apapun.

Dilihat dari keberadaan produk Simpanan Pelajar (SimPel) yang ada di BRISyariah Jember bahwasannya produk tersebut sudah memenuhi kriteria baik dan halal. Hal ini didasarkan pada legalitas yang dimiliki produk tersebut, legalitas suatu produk dilakukan oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) agar produk yang akan dipasarkan oleh BRISyariah tidak melanggar prinsip-prinsip Islam. Selain itu, dalam produk tersebut menggunakan akad wadi'ah yang secara luas diaplikasikan dalam dunia perbankan syariah. Akad wadi'ah sendiri merupakan suatu akad yang sudah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN), yang mana tugas utama dari Dewan Syariah Nasional (DSN) adalah mengeluarkan fatwa terhadap jenis-jenis kegiatan keuangan, yang salah satunya adalah akad wadi'ah.

Kemudian terkait kebutuhan untuk siswa juga sangat mendukung, antara lain persyaratan, fitur produk, biaya produk, desain produk juga disesuaikan dengan kebutuhan siswa.

Kemudian terkait akad yang dilakukan antara pihak nasabah dengan pihak bank yang dalam hal ini adalah BRISyariah cabang Jember. Dalam melakukan akad, mekanisme kerja dan sistem operasionalnya, nasabah (siswa/siswi) tidak melakukan sendiri tetapi ada pendampingan dari orang tua nasabah (siswa/siswi), hal ini juga sudah menjadi ketentuan wajib bagi nasabah (siswa/siswi).

Dari gambarang kecil di atas, dalam Islam disebutkan bahwa: Ibnu Qudamah Al-Hanbali mengatakan, Transaksi jual beli yang dilakukan oleh anak kecil yang sudah *tamyiz* itu sah jika seizin orang tuanya. Demikianlah salah satu pendapat Imam Ahmad, dan ini juga merupakan pendapat Abu Hanifah.

Apabila mengacu pada pendapat tersebut hukum jual belinya anak kecil sah untuk barang-barang yang pada umumnya dianggap remeh dan tidak mahal, apalagi hal seperti ini sudah umum dilakukan oleh masyarakat.

b. Harga

Harga produk merupakan sejumlah biaya-biaya yang dikeluarkan sehingga suatu produk dapat tercipta dan siap untuk dipasarkan kepada konsumen. Perbankan syariah tidak dibenarkan menetapkan harga dengan manipulasi, seperti menetapkan harga kepada suatu produk dengan memberikan kesan yang seolah-olah murah. Selain itu, dilarang menetapkan harga yang terlalu tinggi

melebihi kualitas dan kuantitas yang seharusnya. Nilai yang terkandung dalam suatu produk akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen dalam memanfaatkan produk tersebut.

Dalam konsep Islam, penentuan harga ditentukan oleh mekanisme pasar, yakni bergantung pada kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran. Dan pertemuan antara permintaan dan penawaran itu harus berlangsung secara sukarela (*'an taradhin*). Ini bermakna tidak ada yang menganiaya dan didzalimi.

Dilihat dari harga produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah ini, bahwasannya harga yang ditetapkan sangat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Harga tersebut sudah dikalkulasi dengan daya beli masyarakat yang dalam hal ini adalah siswa-siswi PAUD-SMA. Selain sangat terjangkau, harga dalam produk Simpanan Pelajar (SimPel) ini ditentukan oleh mekanisme pasar, karena antara perbankan syariah yang satu dengan yang lain harganya hampir sama. Selain itu, harga juga bukan menjadi fokus utama produk ini, tetapi upaya edukasi dan pemahaman akan perbankan lebih-lebih ekonomi Islam yang menjadi fokus utama pada produk ini.

c. Saluran distribusi atau Tempat

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen.

Dari kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan data bahwasannya dalam menyalurkan produk Simpanan Pelajar (SimPel) kepada konsumen BRISyariah menggunakan seorang marketing atau pemasar, yang dalam hal ini adalah Account Officer. Pada prakteknya, Account Officer ditentukan secara khusus untuk memasarkan produk ini dengan melihat profesionalitas, *skills*, kemampuan, dan kredibilitas yang dimiliki. Selain itu, dalam memilih saluran distribusi, BRISyariah juga mempertimbangkan: jaringan antar bank, BRISyariah juga selalu berkoordinasi dengan bank-bank lain terkait Kantor Layanan Syariah terutama pada bank BRI Konvensional yang ada di kabupaten-kabupaten (Jember, Bondowoso, dan Lumajang).

Penempatan barang adalah faktor vital dalam dunia usaha. Berkaitan erat dengan posisi ini adalah sarana transportasi dan pengangkutan. Selain itu tempat usaha harus baik, sehat, bersih, dan nyaman. Harus juga dihindarkan melengkapi tempat usaha itu dengan hal-hal yang diharamkan (misalnya gambar porno, minuman keras, dan sebagainya) untuk sekadar menarik pembeli. Berkaitan dengan tempat usaha, sejauh ini tempat usaha yang digunakan BRISyariah sangat baik dan bersih, hal ini bisa dilihat dari petugas kebersihan yang selalu membersihkan ruangan dan melakukan pemeliharaan. Dalam syariat Islam, persoalan kebersihan sangat dianjurkan seperti dalam hadits Nabi

Muhammad SAW: *kebersihan itu sebagian dari iman*. Selain baik dan bersih, pada BRISyariah Jember juga tidak terdapat gambar-gambar dan sebagainya yang dilarang, di dalam ruangan hanya terdapat gambar-gambar dari produk yang diperdagangkan.

d. Promosi

Pada prinsipnya, dalam Islam mempromosikan suatu barang diperbolehkan. Hanya saja dalam berpromosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Di samping itu, metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariah Islam. Kejujuran merupakan factor keberkahan bagi pedagang dan pembeli.

Dalam kegiatan promosinya, BRISyariah Jember menggunakan beberapa cara untuk menyebarkan informasi dan melakukan pendekatan dengan calon nasabahnya, diantaranya adalah dengan media brosur, cara ini digunakan oleh BRISyariah Jember untuk menyebarkan informasi kepada calon nasabah. Selain brosur, yang paling utama dalam promosi adalah dengan menggunakan *personal selling*. Mengingat tingkat kecerdasan dan pemahaman masyarakat berbeda-beda, maka dalam kegiatan promosi juga harus ada interaksi secara langsung antara pihak penjual dan pembeli. Dalam *personal selling* terjadi interaksi langsung, saling bertemu muka antara pembeli dengan penjual.

Moment seperti inilah yang kebanyakan dimanfaatkan oleh para marketing untuk bisa lebih dekat dengan calon nasabah.

e. Layanan

Kunci utama kesetiaan customer ada pada pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan yang bagus, akan membuat customer merasa nyaman untuk selalu menggunakan produk perusahaan tersebut. Begitu juga dengan pelayanan yang dilakukan oleh perbankan syariah dalam melakukan aktivitas kerjanya.

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan, santun dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.

Berkaitan dengan kegiatan pelayanan, BRISyariah Jember juga sangat memperhatikan layanan yang diberikan. BRISyariah Jember senantiasa memberikan kecepatan, kemudahan, kenyamanan, keberlangsungan, dan tentu saja syar'i atau kesesuaian dengan syariah Islam dalam melakukan pelayanan terhadap para nasabahnya. Pelayanan yang baik akan membawa dampak yang sangat besar bagi perusahaan, dengan kata lain apabila seorang nasabah merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh bank syariah maka besar kemungkinan nasabah

tersebut akan: a) loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain. b) nasabah yang loyal akan membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembeli atau nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.

Dalam Islam, keberlangsungan suatu usaha sangat dianjurkan. Hal ini hanya dapat terwujud dalam usaha keras untuk menumbuhkan kemitraan dan memperluas unsur-unsur produksi demi terciptanya pertumbuhan ekonomi dan keberkahan secara kebersamaan. Pelayanan yang baik akan mendatangkan kepuasan kepada nasabah, semakin puas nasabah suatu bank maka loyalitas seorang nasabah akan semakin baik pula.

Selanjutnya, mengenai standar layanan perbankan syariah yang diterapkan di BRISyariah Jember dapat diketahui sebagai berikut: a) Penampilan diri, Penampilan petugas bank syariah harus memperhatikan kebersihan, keindahan, kerapian, tidak menonjolkan penampilan fisik, serta menutup aurat. b) Kebersihan dan kerapian ruang kerja, sejauh ini tempat usaha yang digunakan BRISyariah sangat baik dan bersih, hal ini bisa dilihat dari petugas kebersihan yang selalu membersihkan ruangan dan melakukan pemeliharaan. c) Pengetahuan produk dan jasa perbankan, profesionalitas dan kredibilitas seorang karyawan sangat nampak

bagus ketika ia mampu memberikan pemahaman bagi nasabahnya. Tidak hanya seorang Account Officer yang paham akan produk, petugas pelayanan yang dalam hal ini adalah Customer Service dan Teller juga harus benar-benar paham akan produk dan jasa yang dimiliki oleh bank, BRISyariah Jember dalam hal ini sangat menekankan kepada setiap karyawan terutama kepada Customer Service dan Teller untuk dapat menjadi marketing tambahan selain Account Officer produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah itu sendiri.

2. Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Kantor Cabang Jember

a. Prinsip Tauhid

Ekonomi Islam adalah ekonomi *Ilahiah*, karena titik berangkatnya dari Allah SWT, tujuannya mencari ridla Allah SWT dan cara-caranya tidak bertentangan dengan syariat. Sistem ekonomi Islam mempunyai keunggulan sebagai suatu sistem ekonomi yang dijamin dengan hukum-hukum agama yang diwujudkan dalam aturan halal dan haram. Dalam kaitannya dengan dunia perbankan syariah, aturan halal dan haram juga memiliki posisi yang sangat penting.

Selain bertitik pada ekonomi *Ilahiah* (tauhid), dalam prinsip tauhid juga memiliki dimensi-dimensi yang juga saling berhubungan satu dengan yang lain. Prinsip tersebut diantaranya: Taqwa, Tawakal dan Ikhlas.

Taqwa

Seorang pemasar harus menjaga (membentengi) dirinya dan pekerjaannya dari perbuatan jahat, memelihara diri agar tidak melakukan perbuatan yang tidak diridhai oleh Allah SWT., bertanggung jawab mengenai sikap tingkah laku dan perbuatannya serta memenuhi kewajiban.

Secara lebih jelas dapat dikatakan bahwa prinsip operasional perbankan haruslah terhindar dari perbuatan yang tidak diridhai oleh Allah SWT, seperti tidak menerapkan sistem bunga (riba), hanya bersedia membiayai investasi dan usaha yang halal, seluruh produk dan operasional bank syariah didasarkan pada syariat (*wadiah, mudharabah, musyarakah, murabahah, ijarah, rahn*).

Ikhlas

Kerja ikhlas dalam hal ini dapat diartikan kerja yang dilakukan tanpa keluh kesah. Segala jerih payah bahkan rasa lelah tidak dirasakan sebagai suatu beban yang berat. Ikhlas juga merupakan kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai dengan standar teknis dan etika yang telah ditentukan.

Ikhlas juga dilakukan dalam segala tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan eksternal dan internal di lingkungan perusahaan yang dalam hal ini adalah BRISyariah cabang Jember. Ikhlas melayani dengan tulus hati akan memberikan dampak yang

sangat besar bagi perusahaan dan juga bagi para nasabah. Hal inilah yang selalu diingatkan oleh pimpinan kepada para karyawan agar selalu memberikan kecepatan, kemudahan, kenyamanan, keberlangsungan, dan tentu saja syar'i atau kesesuaian dengan syariah Islam dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah BRISyariah cabang Jember.

Tawakal

Tawakal dan ikhlas, optimisme yang diawali dengan doa yang sungguh-sungguh, yang dimanifestasikan melalui upaya yang sungguh-sungguh serta diakhiri dengan keikhlasan atas hasil yang dicapai. Untuk mencari rizki yang halal dan berkah, seorang yang beriman kepada Allah SWT dalam usahanya mencari rizki tentu dia tidak hanya menargetkan jumlah keuntungan yang besar dan berlipat ganda, tapi lebih dari itu keberkahan dari rizki tersebut untuk memudahkannya memanfaatkan rizki tersebut di jalan yang benar. Dan semua ini hanya bisa dicapai dengan taufik dan kemudahan dari Allah SWT. Maka semua tidak mungkin terwujud tanpa adanya tawakal yang benar dalam hati seseorang.

b. Prinsip Adil

Dalam aktivitas bisnis, satu hal utama yang harus menjadi prinsip bagi pebisnis adalah menjunjung tinggi keadilan. berperilaku adil dengan yang lain dan melayani dengan baik. Adil dalam melayani adalah modal utama seorang pemasar dalam

memasarkan barang-barangnya, seorang pemasar yang dalam hal BRISyariah Jember tidak boleh pilih-pilih pembeli, tidak boleh membeda-bedakan pelayanan, selain itu seorang pemasar harus adil.

Profesionalitas seorang pemasar bisa dilihat dari keadilan dan kebaikan dalam melakukan pelayanan kepada pembeli. Adil dan baik dalam melayani tidak hanya dilakukan dengan nasabah yang sudah dikenal oleh pihak BRISyariah, tetapi sifat tersebut harus diterapkan kepada semua nasabah tanpa membeda-bedakan pembeli dan produk yang akan dibeli.

Konsep keadilan yang diterapkan oleh BRISyariah cabang Jember yang selanjutnya adalah konsep keadilan dengan tidak mendzalimi dan merugikan calon nasabah yang dalam hal ini siswa-siswi. BRISyariah paham betul kegiatan atau aktivitas mana saja yang akan mendatangkan kerusakan (kedzaliman dan kerugian) ketika dikerjakan, hal inilah yang senantiasa dihindari oleh BRISyariah lebih-lebih oleh Account Officer BRISyariah. Agar tidak melakukan perbuatan dzalim dan merugikan, BRISyariah dalam melakukan pemasaran produk selalu berpedoman kepada ketentuan-ketentuan produk yang dipasarkan.

c. Prinsip Nubuwwah

Sifat-sifat utama yang harus diteladani oleh semua manusia dari Nabi Muhammad SAW., setidaknya ada empat, yaitu:

- 1) Penerapan sifat *siddiq* dalam pemasaran. Baik menurut syariat dan baik menurut kebiasaan adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan. Mengutamakan kebaikan dalam berbisnis juga sangat penting dilakukan, apalagi bagi seorang pemasar. Seorang pemasar wajib hukumnya menjual barang-barang yang baik dan bermanfaat, sebaliknya melarang menjual barang-barang yang tidak baik dan tidak bermanfaat.
- 2) Penerapan sifat *amanah* dalam pemasaran. Dengan demikian, setiap pelaku ekonomi Islam mestilah menjadi orang yang profesional dan bertanggung jawab, sehingga ia dipercaya oleh masyarakat dan seluruh nasabah.
- 3) Penerapan sifat *tabligh* dalam pemasaran. Hal yang tidak kalah penting adalah komunikasi. Agar tidak terjadi kesalahpahaman informasi dan kekurangan informasi, seorang pedagang harus selalu aktif dan komunikatif terhadap kondisi-kondisi yang terjadi dilingkungan bisnisnya, terlebih kepada setiap calon nasabah. Dengan menggunakan metode *personal selling*, BRISyariah mengharapkan proses penyampaian produk Simpanan Pelajar (SimPel) dapat direspon dan diterima dengan baik.
- 4) Penerapan sifat *fathonah* dalam pemasaran. Manusia adalah makhluk Allah yang paling sempurna. Salah satu yang kesempurnaan dibandingkan dengan makhluk-mahluk yang lain

adalah akal yang dimiliki oleh manusia. Dengan akal, manusia bisa berfikir, berkomunikasi dengan baik, bisa membedakan baik dan buruk dan sebagainya.

Bagi seorang pemasar, akal atau kecerdasan merupakan hal yang sangat penting. Dengan akalnya, pemasar bisa mengatur, memilih dan mengambil keputusan terhadap apa yang akan dilakukan.

d. Prinsip Khilafah

Islam menyuruh kita untuk mematuhi pemimpin selama masih dalam koridor ajaran Islam. Ini berarti, negara memegang peranan penting dalam mengatur segenap aktivitas dalam perekonomian. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi dan aturan tersebut tetap dibutuhkan, namun selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dengan kata lain, peran negara adalah berupaya menegakkan kewajiban dan keharusan mencegah terjadinya hal-hal yang diharamkan.

Sejauh ini peran pemerintah terhadap produk Simpanan Pelajar (SimPel) khususnya Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah sudah sangat baik. Hal ini bisa dilihat dari kepercayaan pemerintah terhadap BRISyariah dengan mempercayakan pendistribusian dana Program Indonesia Pintar (PIP) dari pemerintah untuk siswa-siswi yang menerima.

e. Prinsip Ma'ad

Dalam syariat Islam, keuntungan maksimum bukanlah suatu tujuan akhir dari perusahaan, melainkan hanya tujuan antara semata, dimana tujuan akhirnya adalah mampu memberikan yang terbaik di jalan Allah (tolong-menolong dalam hal kebaikan). Hal inilah yang ingin diterapkan oleh BRISyariah Jember melalui produk Simpanan Pelajar, memberikan yang terbaik di jalan Allah melalui pembelajaran tentang perbankan syariah lebih-lebih terhadap ekonomi Islam adalah tujuan yang sangat mulia. Dengan cara seperti itu, syariat Islam yang ada tetap terjaga dan tetap diterapkan dalam segala aktivitas lebih-lebih dalam perekonomian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan adalah bagian akhir dari sebuah penelitian dan perbandingan dari teori-teori yang telah di dapatkan. Adapun kesimpulan khusus dari penelitian ini terdapat dua yaitu:

1. Dilihat dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah kantor cabang Jember, bahwa dalam kegiatan pemasarannya sangat menekankan hal-hal berikut ini:
 - a. Produk, BRISyariah cabang Jember sangat menyesuaikan pola kegiatan dan mekanisme kerjanya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.
 - b. Harga, penentuan harga melihat pada keadaan dan sifat nasabah yang ada. Selain itu, harga bukan menjadi fokus utama pada produk ini, melainkan upaya pendidikan terhadap perbankan.
 - c. Distribusi atau tempat, pada kegiatan pendistribusiannya BRISyariah Jember menggunakan seorang marketing untuk memasarkan produk yang dijual dan terkait tempat sangat baik dan bersih.
 - d. Promosi, pada kegiatan promosinya BRISyariah Jember menekankan pada *personal selling* dan sebagai tambahannya adalah dengan menggunakan brosur produk.
 - e. Layanan, dalam kegiatan pelayanan BRISyariah senantiasa memberikan kecepatan, kemudahan, kenyamanan, keberlangsungan, dan tentu saja

syar'i atau kesesuaian dengan syariah Islam dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah BRISyariah cabang Jember.

2. Dari sisi Ekonomi Islam, dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah kantor cabang Jember sangat menerapkan prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Hal ini bisa dilihat dari penerapan prinsip-prinsip tersebut pada kegiatan pemasarannya, seperti prinsip tauhid, adil dan nuwuh yang diterapkan pada produk-produk BRISyariah lebih-lebih pada produk Simpanan Pelajar (SimPel).

B. Saran-saran

Setelah melalui perjalanan yang panjang dalam penulisan skripsi ini, maka dianggap penting untuk memberikan saran atau masukan bagi semua pihak agar tercipta transaksi atau perdagangan yang lebih baik lagi sesuai harapan bersama.

1. Untuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah kantor cabang Jember supaya lebih ditingkatkan lagi, karena BRISyariah Jember memiliki potensi pasar yang banyak diantaranya adalah Kab. Lumajang dan Kab. Bondowoso.
2. Demi mempertahankan loyalitas nasabah, BRISyariah harus tetap konsisten dan selalu menanamkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Nur Rianto & Euis Amalia. 2010. *Teori Ekonomi Mikro: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Kvensional*. Jakarta: Kencana.
- Al Bukhary, Al Imam. 2005. *Terjemahan Hadis Shahih Bukhari Jilid I, II, III & IV*, penerjemah Zainuddin Hamidy (Kuala Lumpur: Klang Book Centre).
- Al Asqani, Al Hafidh Ibnu Hajar. 2011. *Terjemahan Bulughul Maram*, diterjemahkan oleh M. Ali, Surabaya: Mutiara Ilmu.
- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Antonio, M. Syafi'i. 2005. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Antonio, M. Syafi'i. 2006. *Bank Syariah: Analisis Kekuatan, Peluang, Kelemahan dan Ancaman*, editor Muhammad. Yogyakarta: Ekonisia.
- Arikunto, Suharsimi. 2001. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Brosur SimPel BRISyariah.
- Buchari, Alma & Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- David, Cravens. 2007. *Pemasaran Strategi*, Jakarta; Erlangga.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 1998. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Mahkota
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hakim, Muhammad Aziz. 2005. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syari'ah*, Jakarta; PT. Grahadia Pustaka Utama.

- Ilyas Yunahar. 2014. *Kuliah Akhlak*, Yogyakarta: LPPI.
- Issa, Bekum Rafik. 2004. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kertajaya, Herman & Muhammad Syakir. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan.
- Kotler, Philips. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, Surabaya: PT. Gelora Aksara Pratama Erlangga.
- Mahjudin. 2000. *Konsep Dasar Pendidikan Akhlak Dalam Al-Qur'an dan Petunjuk Penerapannya Dalam Hadis*, Jakarta: Kalam Mulia.
- Manan, Abdul. 2014. *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Prespektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Kencana.
- Milles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Aziz Hakim (Penyunting). 2005. *Dasar & Strategi Pemasaran Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Muhammad. 2008. *Paradigma, Metodologi & Aplikasi Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- _____. 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- _____. 2005. *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mujahidin, Akhmad. 2007. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nafis, Abdul Wadud. 2009. *Bank Syari'ah: Teori dan Praktek*, Jakarta: Mitra Abadi Press.
- NH Firdaus Muhammad, 2005. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan.
- Poerwadarminta, W.J.S. 1984. *Kamus Besar Bahasa Indonesai*. Jakarta: Balai Pustaka.

Rivai, Veithzal., *et al.* 2012. *Islamic Business And Economic Ethics: Mengacu Pada Al-Qur'an Dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis, Keuangan dan Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Rois Yanto Santoso. 2015. *Strategi Pemasaran Kredit Usaha Mikro dalam Meningkatkan Nasabah Baru di Bank BRI Syari'ah Kabupaten Jember*, Jember.

Swasta Basu. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset.

_____. 2004. *Azaz Marketing*, Yogyakarta: Liberty.

Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Teoritik*. Jakarta :PT. Rineka Cipta.

_____. 2001. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Uswatun Hasanah. 2012. *Strategi Pemasaran Produk-produk BMT UGT Sidogiri di Kencong Jember*, Jember.

Wahyu Fajar. 2013. *Strategi Pemasaran Produk PT. Perkebunan Nusantara XII Banjarsari (Persero) Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jember.

Yusanto, Muhammad Ismail & Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. *Menggagas Bisnis Islami* Jakarta: Gema Insani.

Internet

<http://www.brisyariah.co.id/>?

<https://id.wikipedia.org/wiki>

IAIN JEMBER

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Retno Bilqist
NIM : 083 122 047
Semester : IX (sembilan)
Fakultas : Syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi
Program Studi : Muamalah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Kantor Cabang Jember" adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 22 Agustus 2016
Yang menyatakan



Retno Bilqist
NIM. 083122047

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk SimPel (Simpanan Pelajar) BRISyariah Kantor Cabang Jember	Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk SimPel (Simpanan Pelajar)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bauran Pemasaran Produk Dalam Islam 2. Prinsip-prinsip Dasar Ekonomi Islam 	<ol style="list-style-type: none"> a. Jenis Produk b. Harga c. Tempat d. Promosi e. Layanan a. Tauhid b. Adil c. Nubuwwah d. Khilafah e. Ma'ad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informan <ol style="list-style-type: none"> a. Pimpinan b. Supervisor c. Marketing 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis Pendekatan: Metode Pendekatan Kualitatif 2. Metode Pengumpulan Data: <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 3. Metode Analisa: Deskriptif Reflektif 4. Validitas Data: Triangulasi Sumber Data 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana strategi pemasaran produk SimPel (Simpanan Pelajar) yang dilakukan BRISyariah? 2. Bagaimana analisis ekonomi Islam terhadap Strategi pemasaran produk SimPel (Simpanan Pelajar) yang dilakukan BRISyariah?

PEDOMAN PENELITIAN

A. Observasi

1. Letak Geografis BRISyariah Kantor Cabang Jember.
2. Kondisi Bangunan BRISyariah Kantor Cabang Jember.

B. Wawancara

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah Kantor Cabang Jember?
 - a. Bagaimana produk yang dipasarkan oleh strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah Kantor Cabang Jember?
 - b. Bagaimana penentuan harga dalam pemasaran strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah Kantor Cabang Jember?
 - c. Bagaimana kegiatan distribusi dan tempat yang dilakukan oleh BRISyariah Kantor Cabang Jember?
 - d. Bagaimana kegiatan promosi yang dilakukan oleh BRISyariah Kantor Cabang Jember?
 - e. Bagaimana kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh BRISyariah Kantor Cabang Jember?
2. Bagaimana analisis ekonomi Islam terhadap strategi pemasaran yang dilakukan oleh BRISyariah Kantor Cabang Jember?
 - a. Bagaimana penerapan prinsip *Tauhid* yang dilakukan BRISyariah Kantor Cabang Jember?
 - b. Bagaimana penerapan prinsip *Adil* yang dilakukan BRISyariah Kantor Cabang Jember?

- c. Bagaimana penerapan prinsip *Nubuwwah* yang dilakukan BRISyariah Kantor Cabang Jember?
- d. Bagaimana penerapan prinsip *Khilafah* yang dilakukan BRISyariah Kantor Cabang Jember?
- e. Bagaimana penerapan prinsip *Ma'ad* yang dilakukan BRISyariah Kantor Cabang Jember?

C. Dokumentasi

1. Data pegawai BRISyariah Kantor Cabang Jember.
2. Struktur BRISyariah Kantor Cabang Jember.
3. Foto-foto kegiatan penelitian.

Nomor : In.25/PP.00.9/FS/ 5564 / IV /2016
Tempat : I Bendel Proposal
Perihal : Izin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Pimpinan BRISyariah Cabang Jember

Di

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana S-1 di Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian kepada mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Retno Bilqist
NIM : 083122047
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Muamalah
Jurusan : Hukum Ekonomi
Alamat : Dsn. Bendorejo RT. 002/RW.012 Desa Karangrejo
Kec. Gumukmas-Jember
No TLP : 085204976604
Judul Skripsi : Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran
Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRISyariah Kantor
Cabang Jember

Demikian Surat izin ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jember, 15 April 2016

an. Dekan,

Dekan I Bidang Akademik
Dan Pengembangan Lembaga



Puribono, M. Ag

NIP. 19700401 200003 1 002

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



SURAT KETERANGAN

NO.ND.B. 356-KC-JBR-Trunojoyo/08/2016

salamu'alaikum Wr.Wb

Yang salam dan doa dari kami, semoga Bapak beserta seluruh Staff dalam keadaan sehat dan selalu dalam lindungan Allah S.W.T dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, Amin.

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

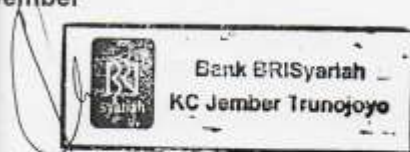
Nama : RETNO BILQIST
No. HP : 083122047
Jurusan : Hukum Ekonomi
Materi : Muamalah
Institusi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Ekonomi Islam Terhadap Strategi Pemasaran Produk Simpanan Pelajar BRISyariah Jember
Universitas : IAIN Jember

yang melaksanakan penelitian skripsi di BRI Syariah KC Jember.

Untuk informasi kami sampaikan, atas perhatiannya kami sampaikan terimakasih.

salamu'alaikum Wr. Wb.

Trunojoyo, 16 Agustus 2016
BANK BRISYARIAH
KC Jember



Ayu Purnamasari
Supervisor

Tawakal, Integritas, Profesional, Antusias, Berorientasi Bisnis, Kepuasan Pelanggan, Penghargaan SDM
"Berpada dalam Karya, Produktif, Efisien dan Doa Menuju Bank Syariah Ritel Modern"

BRISyariah

KC Jember
Jl. Trunojoyo No 101 Jember

Telp: (0331) 482617
Fax (0331) 482446

www.brisyariah.co.id

HASIL DOKUMENTASI



Penyerahan Surat Izin Penelitian sekaligus Wawancara dengan Bapak Alex Ari Gustopo selaku Supervisor BRI Syariah Jember.



Wawancara dengan Bapak Mu'min Riyadi selaku AO Produk Simpanan Pelajar (SimPel) BRI Syariah Jember.



Wawancara dengan Ibu Olivia Eka C selaku Customer Service BRI Syariah Jember.



Wawancara dengan Ibu Olivia Eka C selaku Customer Service BRI Syariah Jember.



Wawancara dengan Ibu Andin selaku Teller BRI Syariah Jember.

BIODATA PENULIS



Nama : Retno Bilqist
Nim : 083 122 047
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 06 Desember 1994
Alamat Lengkap : Bendorejo, Karangrejo 002/012
Gumukmas, Jember
Fakultas : Syariah
Jurusan / Program Studi : Hukum Ekonomi Islam / Muamalah

Riwayat Pendidikan Formal:

- (1999 – 2001) **TK Dewi Masyithoh 19 Bendorejo II**
- (2001 – 2006) **SDN Karangrejo 03**
- (2006 – 2009) **SMPN 1 Gumukmas**
- (2009 – 2012) **MAN 2 Jember**
- (2012 – 2016) **IAIN Jember**

Riwayat Pendidikan Non Formal:

- (2001 – 2009) **PP. Al Ikhwaniiyah Karangrejo-Gumukmas**
- (2009 – 2012) **PP. Ta'limun Nisa' Gebang-Poreng-Jember**

IAIN JEMBER