

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum, fungsi utama lembaga keuangan syariah di samping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, juga memberikan pelayanan jasa perbankan. Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Aktivitas pelayanan jasa, merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya.

Pelayanan adalah suatu tindakadilakukan oleh seseorang atau organisasi yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung untuk melayani pelanggan. Arti dari pelayanan itu sendiri adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan yang sifatnya tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki.¹ Sementara pelayanan prima adalah terjemahan dari istilah *Service Excellent* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang baik. Disebut sangat baik atau

¹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 1

terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan.² PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mandiri Mitra Sukses Gresik telah menerapkan pelayanan prima yang telah distandarisasikan oleh kantor pusat.

Berdasarkan pengalaman peneliti, aktivitas kegiatan pelayanan pada BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik diantaranya adalah: (1) Memberikan pelayanan ekonomis, yakni kegiatan yang diberikan kepada pelanggan/nasabah, dimana setiap nasabah dapat merasakan manfaat dalam menjalankan usahanya. (2) Memberikan pelayanan sosial, yakni pelayanan yang meliputi kondisi sosial, seperti pemberian pelatihan kepada karyawan dan informasi kepada setiap nasabah dalam jenis-jenis, produk/jasa yang ada di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik, sehingga mereka lebih mengerti dalam pembayaran pembiayaan dan terampil dalam menjalankan usahanya. Dan (3) Memberikan pelayanan prioritas, yakni nasabah mendapatkan pelayanan yang di istimewa dalam pelayanan yang diberikan *service* tambahan dari bank.

Dalam hal pelaksanaannya masing-masing lembaga mempunyai kebijakan sendiri, yang akan membedakan dengan lembaga keuangan lainnya. Salah satunya adalah nasabah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik tidak harus pergi ke kantor bank Mitra langsung karena ada petugas sendiri yang akan mengambil dan mengantarkan proses transaksi ,yaitu petugas PLM (Petugas Lapangan Mikro) sehingga mempermudah para nasabah. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen,

² Nur Riyanto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 211

sesuai visi PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik adalah menjadi bank yang sehat, tumbuh berkembang dan dipercaya oleh masyarakat serta menjadi bank yang Rahmatan Lil'alamin. Dan mempunyai misi yaitu (1) Memberi kontribusi secara optimal dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. (2) Ikut berperan dalam mendorong pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah. (3) Menjalankan kegiatan usaha secara professional dan memperoleh laba secara optimal berdasarkan aturan Syariah. Melalui pemahaman ini diharapkan perusahaan jasa akan mampu mengeliminasi tuntutan konsumen dan mengoptimalkan kepuasan pelangganya.³ Lebih lanjut dalam rangka memuaskan pelanggan, upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada umumnya difokuskan dalam pengukuran keandalan (*reliability*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), wujud (*tangible*), empati (*empathy*) dan ketanggapan (*responsiveness*.) Menciptakan dan mempertahankan nasabah yang loyal, merupakan jantung setiap bisnis. Kondisi seperti diatas membuat persaingan untuk merebut konsumen semakin ketat dan diperlukan strategi yang handal untuk menyiasati hal tersebut dan salah satu strategi yang dapat dijadikan adalah strategi promosi (pemasaran).

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan

³Hamdani Lupiyodo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga. (Jakarta: Penerbit Salmba Empat, 2016), hal.6

terhadap pendapatan masyarakat. Selain itu pemasaran merupakan salah satu aktivitas pokok dalam melakukan bisnis, karena pemasaran menjadi ujung tombak bagi sebuah perusahaan untuk menjual produk. Strategi promosi adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkannya dan juga berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut yang melekat pada produk tersebut.⁴

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik antara lain: (1) Door to Door, maksudnya yaitu marketing *lending* Bank Mitra Syariah datang langsung kerumah ataupun ke toko calon nasabah, dan menawarkan langsung produk *lending* atau seperti pembiayaan *murabahah* khususnya kepada calon nasabah yang membutuhkan barang tidak mempunyai dana. Jadi dengan ditawarkannya pembiayaan *murabahah* nasabah tidak susah lagi untuk dapat membelikan barang tersebut dengan akad *murabahah* dan dibayar dengan angsuran. (2) Melalui Brosur, disini brosur dicetak sedetail mungkin terkait produk-produk yang ada di bank mitra, profil, syarat pengajuan produk, jadi calon nasabah bisa mengetahui produk-produk melalui brosur tersebut. (3) bergabung dengan lembaga pendidikan, dimana hal yang diharapkan oleh BPRS adalah menjembatani agar kebiasaan baik itu dapat tertanam sejak dini, seperti menabung. (4) menjalin hubungan dengan masyarakat, artinya penjualan dilakukan pada saat ada momen-momen tertentu misalnya, waktu arisan, kelompok pengajian, maupun di desa-desa. Jadi, dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan, perusahaan harus lebih

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta:Kencana, 2005), hal.151

dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi pasar dan produknya di pasar, maka dapatlah ditentukan tujuan dan sasaran apa yang diharapkan akan dapat dicapai dalam bidang pemasaran, dan bagaimana kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut.⁵

Gambar. 1.1

Proses pemasaran di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik



Sumber: PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik (Januari 2017)

Dalam proses pemasaran, PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik yaitu: (1) Menganalisis kesempatan/peluang pasar bank yang dapat dimanfaatkan dalam usaha yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya. (2) Penentuan sasaran pasar, yang dilayani oleh perusahaan. Untuk dapat melayani kebutuhan dan keinginan konsumen dari pasarnya sesuai dengan kemampuan perusahaan, maka Bank Mitra menentukan segmentasi

⁵Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2015), hal.170

pasar dan menetapkan segmen pasar yang mana yang akan dilayani sebagai sasaran bank. (3) Menilai kedudukan dan menetapkan strategi peningkatan posisi atau kedudukan perusahaan dalam persaingan pada sasaran bank yang dilayani. Jadi, Mitra Syariah menentukan produk-produk yang termasuk dalam *product mix* yang akan ditawarkan kepada sasaran bank, sesuai dengan kebutuhan sasaran bank tersebut. (4) Mengembangkan system pemasaran dalam perusahaan. Maksudnya disini adalah, Mitra Syariah mengembangkan organisasi pemasaran, system informasi pemasaran, system perencanaan, dan pengendalian pemasaran yang dapat menunjang tercapainya tujuan perusahaan dalam melayani sasaran bank. (5) Mengembangkan rencana pemasaran. Usaha pengembangan ini diperlakukan karena keberhasilan perusahaan terletak pada kualitas rencana pemasaran yang bersifat jangka panjang dan jangka pendek (tahunan, triwulan, bulanan) yang diperlukan untuk mengarahkan kegiatan untuk pemasaran yang telah disusun dan mengendalikannya.

Peran umum Bank Mitra Syariah adalah melakukan pendanaan pada usaha-usaha yang dilakukan masyarakat dengan berdasarkan pada sistem perekonomian syari'ah islam. Pembiayaan di Mitra Syariah mempunyai 2 macam, salah satu diantaranya adalah pembiayaan *murabahah*, yang juga banyak digunakan oleh bank-bank syari'ah karena memiliki tingkat risiko yang lebih kecil serta proses dan prakteknya lebih mudah dibandingkan pembiayaan yang lainnya. Pembiayaan *murabahah* adalah pembiayaan dana dari pemilik modal, baik LKS maupun bank syariah kepada nasabah untuk membeli barang dengan menegaskan harga belinya barang dan pembeli (nasabah) akan

membayarinya dengan harga yang lebih, sebagai keuntungan pemilik modal sesuai yang disepakati bersama. Harga tidak boleh berubah sepanjang akad dan apabila terjadi kesulitan membayar, dapat dilakukan restrukturisasi dan kalau tidak membayar karena lalai dapat dikenakan denda.⁶

Dalam sistem *murabahah* ini, di BPRS mandiri mitra sukses akan membelikan barang yang dibutuhkan pengguna jasa kemudian menjualnya kembali ke pengguna jasa dengan harga yang dinaikkan sesuai margin keuntungan yang ditetapkan bank, dan pengguna jasa dapat mengangsur barang tersebut. Besarnya angsuran flat sesuai akad awal dan besarnya angsuran = harga pokok ditambah margin yang disepakati. Contoh: harga rumah 500 juta, margin bank/keuntungan bank 100 juta, maka yang dibayar nasabah peminjam ialah 600 juta dan diangsur selama waktu yang disepakati diawal antara bank dan Nasabah.⁷

Dari segi produk-produknya BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik mempunyai kesamaan dengan bank-bank syariah. Namun permasalahan yang sering timbul yaitu masih minimnya pengetahuan masyarakat akan produk-produk yang berbasis syariah. Sehingga masih sering dijumpai masyarakat yang datang dilembaga tersebut saat akan menyimpan uangnya menanyakan seberapa besar keuntungan yang diperoleh setiap bulannya bukan benar-benar berniat untuk menyimpan uang, melainkan mencari keuntungan dari simpanan tersebut. Dibawah ini terdapat tabel yang menunjukkan jumlah nasabah

⁶ Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Andi, 2015), hal. 144

⁷ http://bankmitrasyariah.com/?page_id=215 diakses pada tanggal 20 Oktober 2017 pukul 08:00WIB

pembiayaan di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Data tersebut diambil dari bukti laporan BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik pada tahun 2012 sampai tahun 2016.

Tabel 1.1

Jumlah Debet Nasabah Pembiayaan di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik
Tahun 2012-2016

Tahun	Musarakah	Murabahah Investasi	Murabahah modal kerja	Murabahah Konsumtif	Murabahah Modal Kerja Mikro
2016	218	19	503	139	161
2015	178	28	523	158	266
2014	220	526	174	302	-
2013	159	50	568	145	43
2012	85	52	305	65	77

Sumber: Bukti Laporan PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik 2012-2016

Dari tabel diatas diketahui pertumbuhan pembiayaan dari tahun 2012 sampai tahun 2016. tabel tersebut menunjukkan bahwa mengalami peningkatan dan penurunan pertahun. Jumlah pembiayaan tersebut berasal dari seluruh anggota yang mengajukan pembiayaan pada BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Pembiayaan yang diberikan oleh Bank Mitra Syariah kepada masyarakat bisa digunakan untuk berbagai macam hal, namun biasanya Bank Mitra Syariah membagi dalam beberapa kategori bentuk-bentuk pembiayaan tersebut. Bisa pembiayaan untuk konsumtif, pembiayaan untuk investasi, dan pembiayaan untuk modal kerja, jenis-jenis pembiayaan ini diberikan sesuai

dengan kebutuhan masyarakat. seperti penjelasan diatas, bahwa jenis pembiayaan murabahah yang paling sering diminati adalah dengan pembiayaan murabahah modal kerja. Diimana pembiayaan yang ditujukan untuk memberikan modal usaha seperti pembelian bahan baku atau barang yang akan diperdagangkan.

Keuntungan dari adanya pembiayaan murabahah modal kerja ini adalah: (1) Berdasarkan prinsip syariah dengan pilihan akad *musyarakah*, *mudharabah*, atau murabahah sesuai dengan spesifikasi kebutuhan modal kerja, (2) Dapat digunakan untuk meningkatkan atau memenuhi tambahan omset penjualan dan memiayai kebutuhan bahan baku atau biaya-biaya overhead, (3) Jangka waktu pembiayaan disesuaikan dengan spesifikasi modal kerja, (4) Plafond mulai Rp 100 juta, (5) Untuk nasabah perorangan akan dilindungi oleh asuransi jiwa sehingga pembiayaan akan dilunasi oleh perusahaan asuransi apabila meninggal dunia. Akan tetapi, transaksi ini hanya berlaku sekali putus bukan satu akad dengan pembelian barang berulang-ulang. Sebenarnya, penyediaan modal kerja berupa uang tidak terlalu tepat menggunakan prinsip jual beli murabahah. Transaksi pembiayaan modal kerja dalam bentuk barang atau uang lebih tepat menggunakan prinsip mudharabah (bagi hasil) atau musyarakah (penyertaan modal). Karena, jika pembiayaan modal kerja dalam bentuk uang menggunakan mekanisme murabahah, maka transaksi ini sama dengan *consumer finance* (pembiayaan konsumen) dalam bank konvensional yang mengandung usur bunga. Transaksi dalam *consumer finance* menggunakan pinjam meminjam uang dan dalam murabahah

menggunakan transaksi jual beli.⁸ Selain itu, adapun produk simpanan di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik antara lain sebagai berikut:

1. Tabungan IB Mitra Tabungan, terdiri dari (a) Tabungan IB Mitra Dana yaitu Media pembayaran kembali pembiayaan, pembayaran tagihan PLN, pembayaran tagihan telepon. (b) Tabungan IB Mitra Guna, yaitu Tabungan untuk pendidikan, tabungan untuk ibadah haji, tabungan untuk umrah, tabungan wisata religi, tabungan untuk aqiqah. (c) Tabungan IB Mitra Usaha, yaitu Simpanan yang dapat digunakan untuk membantu bisnis usaha, pembayaran tagihan PLN, pembayaran tagihan telepon, memperoleh bagi hasil diakhir bulan. (d) Tabungan IB Mitra Investara, yaitu Simpanan yang sekaligus media investasi dengan bagi hasil hampir setara deposito, dapat melakukan penyetoran dan penarikan sewaktu-waktu.
2. Deposito IB Mitra, yaitu (a) jangka waktu 1 bulan (b) jangka waktu 3 bulan, (c) jangka waktu 6 bulan, dan (d) jangka waktu 12 bulan, dengan keterangan Membantu perencanaan investasi, Bebas menemukan jangka waktu, dan Bagi hasil yang menguntungkan dan barokah.⁹ Begitu banyak kelebihan dan keunikan dari BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Dari pernyataan-pernyataan tersebut menarik untuk dikritisi dan dicermati, sebab BPRS Mandiri Mitra Sukses sebagai lembaga keuangan alternatif bagi masyarakat memiliki perbedaan dan keunggulan tersendiri, yaitu BPRS

⁸ Ah Azharuddin Latif, *Konsep dan Aplikasi Akad Murabahah pada Perbankan Syariah di Indonesia* (jurnal). Hal : 12

⁹ Sumber : PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

Mandiri Mitra Sukses terinspirasi untuk mengembangkan dan meningkatkan Usaha Mikro, khususnya yang berbasis syariah di lingkungannya.

Berdasarkan pemikiran diatas, dan teori yang dikemukakan oleh Kasmir¹⁰, Riyanto¹¹, Hamdani¹², Sofjan¹³, Djoko Muljono¹⁴, dan rekomendasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firmansyah dan Nahiliyah yang berjudul Penerapan *Personal Selling* Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang.¹⁵ Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengetahui dan mempelajari tentang Implementasi Pelayanan prima dan strategi promosi yang digunakan dalam produk pembiayaan murabahah. Maka dari itu penyusun mengambil judul “**Implementasi Pelayanan Prima dan Strategi Promosi dalam Pembiayaan Murabahah di PT BPS Mandiri Mitra Sukses Gresik.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah yang terkait dengan penelitian ini guna menjawab segala permasalahan yang ada. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2006), hal. 1

¹¹Nur Riyanto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta,2012)hal.211

¹²Hamdani Lupiyodo, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga. (Jakarta:Penerbit Salmba Empat,2016), hal.6

¹³Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2015)hal.170

¹⁴ Djoko Muljono, *Buku Pintar Akuntansi Perbankan dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta:Andi,2015), hal.144

¹⁵ Fani Firmansyah dan Dian Nailiyah, ”Penerapan *Personal Selling* Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mitra Harmoni Kota Malang”:jurnal Modernisasi Vol. 9 No.3 2013) dalam <file:///D:/jurnal%20bab%205/792-920-1-PB.pdf> diakses tanggal 21 Oktober 2017 pukul 03:00 WIB

1. Bagaimanakah implementasi pelayanan prima dalam pembiayaan murabahah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik?
2. Bagaimanakah strategi promosi dalam pembiayaan murabahah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik?
3. Apa kendala strategi promosi dalam pembiayaan murabahah di BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik?
4. Bagaimana solusi untuk menangani kendala strategi promosi dalam pembiayaan murabahah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang ada, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk menjelaskan implementasi pelayanan prima di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik
2. Untuk menjelaskan strategi promosi dalam pembiayaan murabahah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik
3. Untuk mengidentifikasi kendala dalam strategi promosi pembiayaan murabahah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik
4. Untuk menjelaskan solusi untuk menangani kendala dalam strategi promosi pembiayaan murabahah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

D. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan, maka penulis memberikan batasan penelitian dengan tujuan agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, adapun penelitian ini hanya membahas mengenai Implementasi pelayanan

prima dan strategi promosi dalam pembiayaan murabahah oleh karyawan di PT Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mandiri Mitra Sukses Gresik.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan khasanah keilmuan serta sebagai referensi atau rujukan dan sebagai bahan masukan bagi pengelola BPRS untuk dijadikan bahan analisis lebih lanjut dalam rangka meningkatkan pelayanan prima dan strategi promosi terhadap pembiayaan murabahah pada PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

2. Secara Praktis

Manfaat praktis diharapkan dapat memberikan gambaran dan wacana keilmuan terhadap karyawan, pimpinan maupun nasabah tentang pentingnya pelayanan prima dan strategi promosi dalam pembiayaan murabahah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik, dan akan diuraikan manfaat praktis pelayanan prima dan strategi promosi dalam pembiayaan murabahah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik yaitu sebagai berikut:

a. Pimpinan BPRS

Merupakan bahan masukan atau sebagai pedoman dalam mengambil kebijakan tentang pelayanan prima dan strategi promosi pembiayaan murabahah di PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik yang dipimpinnya.

b. Karyawan BPRS

Untuk mengetahui pelayanan prima dan strategi promosi yang digunakan dalam pembiayaan murabahah pada PT BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik

c. Bagi Peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh peneliti yang akan datang sebagai bahan kajian penunjang meneliti hal-hal yang berkaitan dengan topik di atas.

F. Definisi Istilah

Supaya dikalangan pembaca tercipta kesamaan pemahaman dengan penulis mengenai kandungan tema skripsi, maka penulis merasa perlu mempertegas makna istilah yang terdapat dalam tema skripsi, seperti di bawah ini

1. Secara Konseptual

Berdasarkan pada variable dari penelitian diatas, maka perlu kita ketahui definisi atau pengertian antara masing-masing variabel untuk menghindari kesalah pahaman dalam mengartikan pengertian variabel:

a. Pelayanan

Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung untuk melayani pelanggan. Arti dari pelayanan itu sendiri adalah suatu kegiatan

yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan, yang sifatnya tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.¹⁶

Sementara pelayanan prima adalah terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang baik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan.¹⁷

b. Strategi Promosi

Suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkannya dan juga berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut yang melekat pada produk tersebut¹⁸

c. Pembiayaan

adalah penyediaan dana atau tagihan piutang yang dapat dipersamakan dengan transaksi investasi, transaksi sewa, transaksi jual beli, transaksi pinjaman, dan transaksi multijasa.¹⁹

d. Murabahah

adalah transaksi jual beli dengan harta pokok yang ditambah dengan keuntungan (laba) dimana harta pokok dan laba dari pihak penjual diketahui oleh pihak pembelinya.²⁰

¹⁶ Kasmir, *Etika Costumer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 1

¹⁷ M. Nur Riyanto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 211

¹⁸ Kasmir, 2004, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 151

¹⁹ Peraturan Bank Indonesia, *Nomor: 9/19/PBI/2007 tentang Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika), hal. 20

²⁰ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 101

2. Secara Operasional

- a. Pelayanan prima adalah tindakan atau sikap petugas bank yang konsisten dalam bekerja, dapat dipercaya, cepat dan tanggap apabila pelanggan sedang memerlukan jasa, serta memberikan berbagai kegiatan nyata kepada konsumen.
- b. Strategi promosi adalah kegiatan atau cara petugas perbankan menawarkan produk-produk pinjaman atau pembiayaan pada calon nasabah dengan mendatangi rumah-rumah calon nasabah yang dianggap potensial.
- c. Murabahah adalah penjual secara jelas memberitahu kepada pembeli tentang harga pokok pembelian produk dan besar keuntungan yang akan diambil oleh penjual.
- d. Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan dana dari pemilik modal, baik LKS maupun Bank Syariah kepada nasabah untuk membeli barang dengan menegaskan harga belinya barang dan pembeli (nasabah) akan membayarnya dengan harga yang lebih, sebagai keuntungan pemilik modal sesuai kesepakatan bersama.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Peneliti berusaha menyusun kerangka penelitian secara sistematis, agar pembahasan lebih terarah dan mudah dipahami, serta sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun secara sistematika penulisan skripsi yang akan disusun nantinya yaitu meliputi :

1. Bagian Awal

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. Bagian Inti

Pada bagian inti ini memuat uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang keterkaitan latar belakang implementasi pelayanan prima dan strategi promosi dalam pembiayaan murabahah. Bab ini nantinya terdiri dari tujuh sub bab yaitu, latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan tentang 3 sub bab, yakni sub bab pertama tentang pelayanan prima, sub bab kedua tentang strategi promosi, sub bab ketiga tentang pembiayaan murabahah, dan yang terakhir tentang kajian penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang pendekatan dan jenis penelitian yaitu menggunakan penelitian Kualitatif, lokasi penelitian: di PT.BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik , kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang deskripsi singkat objek penelitian, paparan data, temuan penelitian

BAB V : PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan

BAB VI : PENUTUP

Dalam bab ini diuraikan tentang kesimpulan, dan saran. Bagian akhir memuat uraian tentang daftar rujukan, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.