

**MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK IJARAH PADA
BANK SYARIAH**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memenuhi Tugas Akhir

Disusun oleh:

SELI OKTA PIYA
NIM. 2011140054

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
2024/1445 H**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172

Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.iainfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul “Manajemen Pemasaran Produk Ijarah Pada Bank Syariah” yang disusun oleh:

Nama : SELI OKTA PIYA

NIM : 2011140054

Program Studi : Perbankan Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Buku

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing.

Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang *Munaqasyah* Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

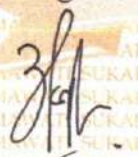
Bengkulu,

2024 M

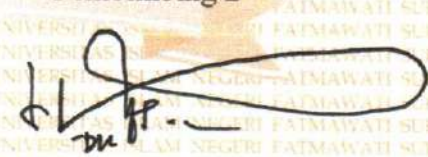
1445 H

Pembimbing 1

Pembimbing 2


Eka Sri Wahyuni, S.E.,MM

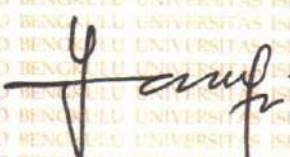
NIP. 197705092008012014


Katra Pramadeka, S.El.,M.E.I

NIP. 198807252020121003

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Yenti Sumarni, M.M

NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172- Faksimili (0736) 51171-51172 Website:
www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul "Manajemen Pemasaran Produk Ijarah Pada Bank Syariah" yang disusun oleh:

Nama : SELI OKTA PIYA
NIM : 2011140054
Program Studi : Perbankan Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Buku

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang *Munaqasyah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 07 Juni 2024

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, Juni 2024 M

Zulhijjah 1445H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris


Khairiah Elwardah, M.Ag

NIP. 197808072005012008

Penguji 1


Esti Alfiah, ME MM

NIDN. 199307212020122012

Penguji 2


Khairiah Elwardah, M.Ag

NIP. 197808072005012008


Debby Arisandi, MBA

NIP. 198609192019032012

Mengetahui,

Dekan


Prof. Dr. Supardi, M.Ag

NIP. 196504101993031007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Buku dengan judul “**Manajemen Pemasaran Produk Ijarah Pada Bank Syariah**” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan tercantum sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.



Bengkulu, Juni 2024

SELI OKTA PIYA
2011140054

ABSTRAK

Manajemen Pemasaran Produk Ijarah pada Bank Syariah

Oleh: Seli Okta Piya, NIM: 2011140054

Manajemen pemasaran produk ijarah pada bank syariah menjadi fokus utama dalam mengembangkan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang efektif untuk produk ijarah, termasuk identifikasi pasar target, segmentasi, dan posisi produk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kepustakaan (Library research), dengan mengumpulkan data dari literatur terkait studi kasus dari bank syariah terkemuka. Hasilnya menunjukkan bahwa kesuksesan pemasaran produk ijarah bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi konsumen yang sesuai dengan prinsip syariah. Faktor-faktor seperti branding, promosi, dan distribusi juga memainkan peran kunci dalam meningkatkan kesadaran dan penerimaan produk ijarah di pasar. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya strategi pemasaran yang berfokus pada keunggulan nilai produk ijarah dan komunikasi yang efektif dengan target pasar yang relevan. Penelitian ini memberikan pandangan yang berharga bagi praktisi dan peneliti dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berhasil untuk produk ijarah pada bank syariah.

Kata kunci: Manajemen Pemasaran, Ijarah, Bank Syariah

ABSTRACT

Ijarah product marketing management at sharia Banks

By: SeliOkta Piya, NIM: 2011140054

Marketing management of ijarah products at sharia banks is the main focus in developing financial services that comply with sharia principles. This research aims to analyze effective marketing strategies for ijarah products, including target market identification, segmentation and product positioning. The research method used is the library research method, by collecting data from related literature and case studies from leading sharia banks. The results show that successful marketing of ijarah products depends on a deep understanding of consumer needs and preferences in accordance with sharia principles. Factors such as branding, promotion, and distribution also play a key role in increasing awareness and acceptance of ijarah products in the market. The practical implication of this research is the importance of a marketing strategy that focuses on the superior value of ijarah products and effective communication with relevant target markets. This research provides valuable insights for practitioners and researchers in developing successful marketing strategies for ijarah products in Islamic banks.

Keywords: *marketing management, ijarah, Sharia Banking*

MOTTO

“Barang siapa melepaskan kesusahan seorang mukmin dari kesusahan-kesusahan dunia, maka ALLAH SWT akan melepaskan kesusahannya dari kesusahan-kesusahan akhirat.”

(HR. Abu Hurairah)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil ‘aalamiin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpah rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan lancar. Meskipun jauh dari kata sempurna, penulis mampu serta bangga telah mencapai titik ini, di mana buku ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Shalawat tak lupa dicurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Beserta para sahabatnya, Allahumma sholli ‘aala Muhammad, wa ‘ala aali Muhammad, semoga dengan bersholawat kita mendapat syafaatnya di Akhirat nanti, Aamiin. Buku ini penulis persembahkan untuk :

1. Diri penulis sendiri. Terima kasih telah bertahan dan berjuang sampai titik ini, tertatih hingga Allah bantu sampai sejauh ini. Tak mungkin Allah membawa Hamba-Nya hanya untuk sebuah kegagalan.
2. Orang tua penulis. Untuk Ayah Arpan Suhadi dan Ibu Nelni Helmiwati, serta adik perempuan tercintaku, penulis mengucapkan sangat berterimakasih atas perjuangan, pengorbanan serta dukungan dan do’a, serta kesabaran dalam membesarkan penulis. Penulis berjanji untuk terus mengupgrade diri dan selalu berusaha untuk membanggakan kalian.
3. Dosen pembimbing I dan II, yaitu Ibu Eka Sri Wahyuni dan Bapak Katra Pramadeka yang telah membimbing, mengarahkan serta membantu penulis dalam menyelesaikan buku ini.
4. Teman-teman seperjuangan. Seperti Yuni Nurlizah, Nadila, serta teman-teman seperjuangan Perbankan syariah B 2020. Terima kasih atas dukungan, saran, masukan, dan bantuan dalam menyelesaikan buku ini

5. Kepada Agama, Negara dan Almamater penulis, terima kasih atas motivasi, inspirasi dan nilai-nilai yang telah membimbing penulis selama ini.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Buku yang berjudul “Manajemen Pemasaran Produk Ijarah Pada Bank Syariah”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk kejalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Skripsi ini adalah tugas akhir yang menjadi salah satu syarat agar diperolehnya gelar Sarjana Ekonomi pada prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Dalam pembuatan Skripsi ini, baik dari awal pencarian masalah yang akan diteliti maupun penentuan judul hingga akhir penelitian dan didapatkannya hasil penelitian penulis merasa dimudahkan. Penulis mengucapkan ribuan terimakasih atas doa, semangat, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan rasa hormat serta terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu terutama:

1. Prof. Dr. Zulkarnain, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk

membina ilmu di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

2. Prof. Dr. H. Supardi, M.Ag selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
3. Yenti Sumarni, M.M dan Yunida Een Fryanti, M.Si, selaku Ketua dan Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.
4. Dr. Desi Isnaini, M.A selaku Wadep I pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu (UINFAS).
5. Eka Sri Wahyuni, S.E., MM, selaku Pembimbing I dan Katra Pramadeka, S.El., M.E.I selaku pembimbing II.
6. Teruntuk kedua orang tua tercinta, ribuan terimakasih penulis ucapkan kepada Ayahanda Tamzil dan Ibunda tersayang Yusmayati , serta kepada adik tercintaku yang kakak sayangi.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

akhir kata pengantar ini, penulis memiliki keinginan yang besar agar penelitian pada skripsi ini tidak hanya dilakukan sebagai syarat kelulusan agar memperoleh gelar sarjana ekonomi semata, namun juga memberikan edukasi dan pemahaman yang tidak didapatkan dari bahan bacaan lainnya.

Penulis,

Seli Okta Piya



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian.....	2
D. Kegunaan Penelitian.....	2
E. Penelitian Terdahulu	3
F. Metode Penelitian.....	5
G. Sistematika Pembahasan	7
BAB II TEORI PEMASARAN	10
A. Definisi Pemasaran Menurut Para Ahli.....	10
B. Konsep Inti Pemasaran.....	11
C. Bauran Pemasaran.....	13

D. Manajemen Pemasaran.....	18
BAB III MANAJEMEN PEMASARAN BANK	
SYARIAH	19
A. Pengertian Manajemen.....	19
B. Pengertian Manajemen Pemasaran Bank Syariah....	21
C. Tujuan Pemasaran Bank.....	26
D. Strategi Pemasaran Bank Syariah	27
BAB IV KONSEP PRODUK IJARAH.....	32
A. Pengertian Ijarah	32
B. Prinsip-prinsip Pokok Transaksi Ijarah.....	34
C. Rukun dan Syarat Ijarah.....	35
BAB V KONSEP BANK SYARIAH	38
A. Pengertian Bank Syariah	38
B. Prinsip Bank Syariah.....	39
C. Dasar Hukum Bank Syariah.....	42
D. Tujuan Bank Syariah.....	45
E. Produk Bank Syariah.....	47
BAB VI MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK	
IJARAH PADA BANK SYARIAH	51
A. Produk Pembiayaan Ijarah	51
B. Tujuan Pemasaran Produk Ijarah	52
C. Macam-macam Produk Ijarah.....	53
D. Pemasaran Dalam Perspektif Islam.....	56
BAB VII STRATEGI MARKETING PRODUK	
IJARAH.....	59

A. Pengertian Strategi Pemasaran	59
B. Pentingnya Strategi Marketing.....	60
C. Strategi Pemasaran Produk Ijarah	62
D. Dasar Hukum Pembiayaan Ijarah.....	65
E. Ijarah Dalam Perbankan Syariah.....	70

BAB VIII PELAKSANAAN IJARAH DALAM BANK

SYARIAH73

A. Hak Dan Kewajiban Dalam Ijarah	73
B. Pembatalan dan Berakhirnya Ijarah	75
C. Etika Musta'jir Dalam Pelaksanaan Ijarah Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam	76
D. Lingkungan Pemasaran	78

BAB IX PROBLEMATIKA DAN IMPLEMENTASI

AKAD IJARAH.....84

BAB X PENUTUP96

A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	From Validasi
Lampiran 2	Surat Keterangan Lulus Plagiarism
Lampiran 3	Surat Keterangan SKPI
Lampiran 4	Surat Penunjuk Pembimbing
Lampiran 5	Blank Nilai Ujian Komprehensif
Lampiran 6	Daftar Hadir Ujian Komprehensif
Lampiran 7	Daftar Nilai Buku
Lampiran 8	Lembar Bimbingan
Lampiran 9	Surat Keaslian Karya
Lampiran 10	Surat Penerbitan Buku

