

**PERKEMBANGAN PRODUK TABUNGAN WADIAH DI BANK SYARIAH
MANDIRI CABANG JAMBI**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Jurusan
Ekonomi Islam/Manajemen Perbankan**



**CYNTIA PARAMITA
NIM: SES.141254**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM/MANAJEMEN PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN
JAMBI
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli saya yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Strata 1 (S1) di pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UIN STS Jambi.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa karya ini bukan hasil karya asli saya sendiri atau merupakan jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN STS Jambi.

Jambi, Juni 2018
Penulis



Cynthia Paramita
NIM: SES.141254

Pembimbing I
Pembimbing II
Alamat

: Drs. A. Tarmizi, M.HI
: Anzu Elvia Zahara, SE, M.E.Sy
: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi,
Jl. Arif Rahman Hakim No. 11 TelanaiPura Jambi 36122

Jambi, Juni 2018

Kepada Yth.
Bapak Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi
Di –
JAMBI

NOTA DINAS

Assalamu'alaikum wr. wb

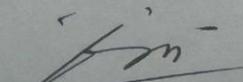
Setelah membaca dan melakukan perbaikan seperlunya, maka skripsi Saudari Cyntia Paramita NIM: SES.141254 yang berjudul: "**Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah di Bank Syariah Mandiri cabang Jambi**", telah disetujui dan dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi syarat-syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Demikianlah, kami ucapkan terima kasih semoga bermanfaat bagi kepentingan agama, nusa dan bangsa.

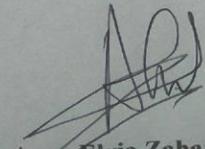
Wassalamu'alaikum wr. wb.

Mengetahui,

Pembimbing I


Drs. A. Tarmizi, M.HI
NIP: 195912101987031003

Pembimbing II


Anzu Elvia Zahara, SE, M.E.Sy
NIP: 197507242006042020

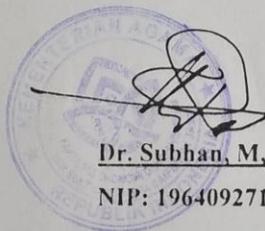
PENGESAHAN PANITIA UJIAN

Skripsi berjudul “Perkembangan Produk Tabungan Wadi’ah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi” telah diujikan pada Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi pada tanggal 01 November 2018. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam ilmu Ekonomi Syariah.

Jambi, November 2018

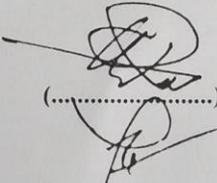
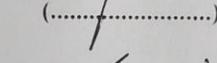
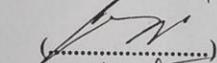
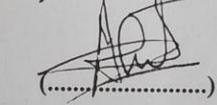
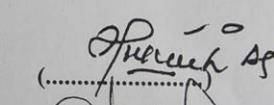
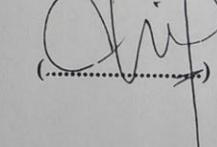
Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Subhan, M.Ag
NIP: 196409271993021001

Panitia Ujian:

- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1. Ketua Sidang | : <u>Dr. Subhan, M.Ag</u>
NIP: 196409271993021001 | 
(.....) |
| 2. Sekertaris Sidang | : <u>Drs. Najmi, M.HI</u>
NIP: 196811101991031003 | 
(.....) |
| 3. Pembimbing I | : <u>Dr. A. Tarmizi, M.HI</u>
NIP: 195912101987031003 | 
(.....) |
| 4. Pembimbing II | : <u>Anzu Elvia Zahara, SE, ME.Sy</u>
NIP: 197507242006042020 | 
(.....) |
| 5. Penguji I | : <u>Dr. Halimah Dja'far, S.Ag., M.Fil.I</u>
NIP: 196012111988032001 | 
(.....) |
| 6. Penguji II | : <u>Addiarrhman, S.HI.,M.SI</u>
NIP: 198601062015031002 | 
(.....) |

MOTTO

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat. (Q.S. An-Nisaa', (4): 201)¹

¹Anonim, Al-Quran dan Terjemahannya, (Jakarta: Karya Insan Indonesia, 2004), hlm. 201

PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah. . . . seiring rasa syukur dan kerendahan hati,
karya sederhana ini kupersembahkan dengan setulus hati untuk orang-orang
yang paling kucinta dan kusayang. . . .*

*Bapakku Naspendiri, Ibuku Parida, Kakaku Riduan Saputra yang selalu
menuntunku saat aku tertatih dan selalu mendoakanku sehingga masih tetap
tegar menghadapi cobaan hidup.*

*Adikku Sofia, Meli Aulia, Nadia Nurfika, Radiphan Akbar, yang banyak
memberikan dukungan dan kasih sayang, semoga Kakakmu ini bisa memberikan
yang terbaik dan menjadi contoh teladan untukmu.*

*Spesial buat kakak sepupuku Popi Yanti (Yuk Popi), Ridon Andri,
(Abang Ridon) Dedi Syaputra (Abang Dedi) serta sahabatku Lumratul
Aini, Wizra nita, Ade Andriani, terima kasih atas segala bantuan dan
motivasinya, kalian adalah obat dan pelipur lara hatiku dan yang menemaniku
saat duka maupun duka.*

Serta Almamater UIN ITS Jambi

ABSTRAK

Skripsi ini bertujuan untuk membahas tentang:“Perkembangan Produk Tabungan Wadi’ah di Bank Syariah Mandiri cabang Jambi”. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis data peneliti menggunakan analisis domain, analisis taksonomi, analisis komponensial dan analisis triangulasi untuk mengecek keabsahan data penelitian. Penelitian ini sebagai berikut: Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara wawancara terhadap karyawan BSM jambi, observasi secara langsung terhadap obyek tertentu yang menjadi fokus penelitian dan mengetahui suasana BSM jambi, dan dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Produk tabungan wadi’ah pada bank syariah mandiri cabang jambi ada tiga macam yaitu: Tabungan Simpatik BSM, Tabunganku, dan Giro BSM. Strategi-strategi yang digunakan Bank Syariah Jambi dalam pemasaran produk tabungan wadi’ah adalah dengan sistem marketing mix dengan rincian: Produk (*product*), Harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), Orang (*people*), Proses (*proses*), Layanan konsumen (*Customer service*).

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Perkembangan Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri

ABSTRACT

This thesis aims to discuss about: "Development of Wadi'ah Savings Products in the Jambi branch of Bank Syariah Mandiri". The data collection techniques in this study are using data analysis researchers using domain analysis, taxonomic analysis, compound analysis and triangulation analysis to check the validity of the research data. This research is as follows: The research method used is qualitative research that is a research procedure that produces descriptive data. The data collection method used by interviewing employees of BSM Jambi, direct observation of certain objects that became the focus of research and knowing the atmosphere of BSM Jambi, and documentation relating to this study. Wadi'ah's savings product in the jambi branch of Mandiri Islamic Bank has three types, namely: BSM, Tabunganku, and BSM Giro Savings Savings. The strategies used by Bank Syariah Jambi in marketing wadi'ah savings products are the marketing mix system with details: Product, price, promotion, place, people, process (process), customer service (Customer service). Keywords: Marketing Strategy, Development of Wadi'ah Savings Products in Bank Syariah Mandiri

Keywords : Marketing Strategy, Development of Wadi'ah Savings Products in Bank

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang mana dalam penyelesaian skripsi ini penulis selalu diberikan kesehatan dan kekuatan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta tidak lupa pula iringan shalawat serta salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad saw.

Kemudian dalam penyelesaian skripsi ini, penulis akui, tidak sedikit hambatan dan rintangan yang penulis temui baik dalam mengumpulkan data maupun dalam penyusunannya. Dan berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, terutama bantuan dan bimbingan yang diberikan dosen pembimbing I dan Dosen Pembimbing 2 maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini, terutama sekali kepada Yang Terhormat:

1. Bapak Dr. H. Hadri Hasan, MA selaku Rektor UIN STS Jambi.
2. Bapak Dr. Subhan, M.Ag, selaku Dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN STS Jambi.
3. Ibu Dr. Rafidah, SE, M.SI, selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Novi Mubyarto, M.E, selaku Wakil Dekan II, dan ibu Dr. Halimah Dja'far, M.Fil.I, selaku Wakil Dekan III di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN STS Jambi.
4. Bapak Dr. Sucipto, MA, dan ibu G.W.I Awal Habibah, M.E.Sy selaku Ketua jurusan dan Sekretaris program studi Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN STS Jambi.

5. Bapak Drs. A. Tarmizi Sibawaihi, M.HI dan Ibu Anzu Elvia Zahara, SE, M.E.Sy selaku pembimbing I dan Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan dan arahan hingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik.
6. Dosen-dosen serta karyawan-karyawati di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi.
7. Pimpinan, pegawai dan staf Bank Syariah Mandiri cabang Gatot Subroto Jambi yang telah bersedia membantu dan memberikan informasi yang berhubungan penelitian yang dilaksanakan.
8. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, baik langsung maupun tidak langsung.

Disamping itu, disadari juga bahwa skripsi ini tidak luput dari kekhilafan dan kekeliruan oleh karenanya diharapkan kepada semua pihak untuk dapat memberikan kontribusi pemikiran demi perbaikan skripsi ini. Kepada Allah SWT kita memohon ampunan-Nya, dan kepada manusia kita memohon kemaafannya. Semoga amal kebajikan kita dinilai seimbang oleh Allah SWT.

Jambi, Juni 2018
Penulis


Cynthia Paramita
NIM: SES.141254

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
PENGESAHAN PANITIA UJIAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kerangka Teori.....	7
1. Strategi Pemasaran	7
2. Produk Tabungan Wadiah.....	15
3. Bank Syariah.....	18
G. Tinjauan Pustaka	21

BAB II METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	24
B. Jenis dan Sumber Data	25
C. Metode Pengumpulan Data	27
D. Teknik Analisis Data	30
E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	33
F. Sistematika Penulisan	34

BAB III GAMBARAN LOKASI PENELITIAN

A. Profil BSM	36
B. Produk-produk BSM	38
C. Perkembangan Produk Wadiah di BSM Jambi	47
D. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri	49

BAB IV TEMUAN LAPANGAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah	53
B. Perkembangan Produk Tabungan Wadiah	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.	79
B. Saran-Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Keadaan Studi Pustaka Penelitian..... 21

Tabel 2 : Keadaan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah..... 78

DAFTAR ISTILAH

No	Kata	Arti / Makna
1.	<i>Wadiyah yad Adh-dhamana</i>	Akad penitipan barang, dan barang boleh memanfaatkan
2.	<i>Wadiyah</i>	Simpanan atau titipan
3.	<i>Retrun</i>	Keuntungan
4.	<i>Mudharabah</i>	Akad perwakilan
5.	<i>Funding</i>	Penghimpun dana
6.	<i>Lending</i>	Penyaluran dana
7.	<i>Cost Concept</i>	Konsep biaya
8.	<i>Spread</i>	Perbedaan
9.	<i>Profit Sharing</i>	Dana yang diterima di salurkan kepada pembiayaan
10.	<i>Grand prize</i>	Hadiah utama
11.	<i>Product</i>	Produk, bahan, barang
12.	<i>Price</i>	Harga
13.	<i>Promotion</i>	Promosi
14.	<i>Target Market</i>	Target pemasaran
15.	<i>Marketing mix</i>	Pembauran pemasaran, strategi pemasaran

:

DAFTAR SINGKATAN

No	Singkatan	Terjemahan
1.	LDR	<i>Leadeing to Deposit Ratio</i>
2.	. BUS	Bank Umum Syariah
3.	BPRS	Bank Perkreditan Rakyat Syariah
4.	UUS	Unit Usaha Syariah

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatannya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat, salah satunya produk tabungan Wadiah. Tabungan wadi'ah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadi'ah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendaki pemiliknya. Terkait dengan produk tabungan wadi'ah, Bank Syariah menggunakan akad *wadi'ahyad adh-dhamana*.

Bank Syariah mempunyai strategi-strategi pemasaran pada setiap produk-produk yang ditawarkan khususnya produk tabungan wadi'ah yang menggunakan akad *wadi'ahyad adh-dhamana*. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, sehingga dalam menjalankan sebuah usaha diperlukan adanya pengembangan strategi pemasarannya. Strategi pemasaran merupakan proses pemasaran yang mencakup beberapa hal analisis atas kesempatan-kesempatan, pemilihan sasaran-sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana, implementasi serta pengawasan

Prinsip Titipan atau Simpanan (*Al-Wadiah*) dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendaki jika titipan tersebut akan digunakan. Titipan terdiri dari: Tabungan wadiah yaitu simpanan dana nasabah pada bank, yang bersifat titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat.²

Karena menggunakan prinsip titipan, berarti Bank wajib siap siaga untuk sewaktu waktu dana tersebut diambil kembali oleh nasabahnya. Selain itu, Bank sebenarnya boleh saja untuk tidak memberi return apapun. Prinsip yang seperti ini biasanya ada di produk tabungan reguler dan giro. Dana-dana yang sewaktu-waktu bisa diambil. Dalam prakteknya di perbankan Syariah, hampir semua prinsip ini dapat *return* yang disebut bonus. Besarnya bonus ini juga tidak dapat diperjanjikan di awal. Presentase yang diberikan bank kepada nasabah pun sesuai kebijakan bank. Hanya saja dapat dipastikan besaran bonus untuk tabungan wadiah ini, biasanya tidak lebih besar dari besarnya bagi hasil pada tabungan dengan prinsip *mudharabah*. Karna *return* yang tidak besar, model tabungan dengan prinsip wadiah ini biasanya menawarkan layanan-layanan lain. Misalnya free biaya transfer, free biaya admin bulanan (atau kadang ringan), free biaya atm, setoran dan saldo minimum lebih kecil, dan lain sebagainya.

²Ahmad Roziq, *Buku Cerdas Investasi dan Transaksi Syariah*, (Jakarta: Trasmmedia, 2012), hlm. 54

Bank Syariah harus benar benar mengelola dana nasabah untuk disalurkan ke pembiayaan. Jika tidak, otomatis nasabahnya dapat langsung mengetahui dari fluktuasi bagi hasil maupun bonus yang diterima setiap bulannya. Dapat dilihat rata-rata *Lending to Deposit Ratio* LDR (rasio dana yang dipinjamkan dalam kredit/pembiayaan terhadap dana nasabah yg dihimpun bank) bank syariah rata rata cukup tinggi.

Pengamatan penulis dalam praobservasi menemukan bahwa dalam kegiatan operasionalnya, Bank Syariah Jambi memiliki beberapa produk penghimpunan dana (*funding*) dan produk penyaluran dana (*lending*). Produk ini merupakan produk simpanan dengan akad wadiah yang penyetorannya diwajibkan setiap bulan sebesar Rp. 200.000,-dengan jangka waktu penyetoran selama 24 bulan. Produk ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad wadiah, yaitu akad seseorang kepada pihak lain dengan menitipkan suatu barang untuk dijaga secara layak (titipan), setiap anggota akan mendapatkan hadiah sesuai undian yang diperoleh dan setiap anggota berhak mendapatkan bagi hasil pada akhir periode simpanan.³

Alasan penulis memilih penelitian ini karena berdasarkan pengamatan awal penulis, menabung di bank Syariah dengan yang berlaku di bank konvensional hampir tidak ada perbedaan. Hal ini karena, baik di bank Syariah maupun bank konvensional mengikuti aturan teknis perbankan secara umum. Akan tetapi bila

³Sumber data: Dokumentasi Keadaan Nasabah produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Jambi, Oktober 2017

diamati lebih dalam, terdapat beberapa perbedaan mendasar di antara keduanya. Perbedaan pertama terletak pada akadnya. Pada bank Syariah, semua transaksi harus berdasarkan akad yang dibenarkan oleh Syariah. Dengan demikian, semua transaksi itu harus mengikuti kaidah dan aturan yang berlaku pada akad-akad Muamalah Syariah. Pada bank konvensional, transaksi pembukaan rekening, baik giro, tabungan maupun deposito, berdasarkan perjanjian titipan, namun prinsip titipan ini tidak sesuai dengan aturan Syariah, misalnya wadi'ah, karena dalam produk giro, tabungan maupun deposito, menjanjikan imbalan dengan tingkat bunga tetap terhadap uang yang disetor. Perbedaan kedua terdapat pada imbalan yang diberikan. Bank konvensional menggunakan konsep biaya (*cost concept*) untuk menghitung keuntungan. Artinya, bunga yang dijanjikan di muka kepada nasabah penabung merupakan ongkos atau biaya yang harus dibayar oleh bank. Oleh karena itu bank harus "menjual" kepada nasabah lain (peminjam) dengan biaya bunga yang lebih tinggi. Perbedaan antara keduanya disebut *spread* yang menandakan apakah perusahaan tersebut untung atau rugi. Bila *spread*-nya positif, di mana beban bunga yang dibebankan kepada peminjam lebih tinggi dari bunga yang diberikan kepada penabung, maka dapat dikatakan bahwa bank mendapatkan keuntungan. Sedangkan bank syariah menggunakan pendekatan *profit sharing*, artinya dana yang diterima bank disalurkan kepada pembiayaan. Keuntungan yang didapat dari pembiayaan tersebut dibagi dua, untuk bank dan untuk nasabah, berdasarkan perjanjian pembagian keuntungan di muka.⁴

⁴Sumber data: Dokumentasi Keadaan Nasabah produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah

Fenomena yang kemudian terjadi dalam persaingan di dunia Bank Syariah Jambi dalam mengejar uang nasabah, pihak Bank Syariah untuk meraih trust konsumen dengan kemudahan transaksi, hal inilah yang menjadi kunci persaingan Bank Syariah Jambi untuk menarik nasabah tabungan. Bank Syariah Jambi berani berinovasi dalam memasarkan produk untuk memuaskan pelanggannya atau nasabahnya. Salah satu inovasi Bank Syariah Jambi yang membuat nasabah mulai percaya, saat bank swasta bermunculan dan mulai membuka kantor cabang hingga kabupaten adalah pemberian undian-undian hadiah ataupun *grand prize*. Permasalahan yang kemudian muncul adalah adanya undian-undian berhadiah. Program ini tampaknya mulai merubah peta bisnis perbankan, orang pada waktu itu tidak percaya. Bank Syariah Jambi cukup banyak menyediakan hadiah mewah yang ditawarkan kepada nasabahnya. Hadiah tersebut ada yang berupa mobil seharga ratusan juta rupiah, atau bahkan sebuah rumah mewah yang berharga milyaran. Hadiah tersebut diberikan kepada nasabah yang memiliki saldo tabungan paling tinggi yang kemudian diundi. Inilah yang menarik orang untuk menyimpan uangnya di bank-bank yang menawarkan hadiah serupa, sehingga bank mendapatkan dana cadangan berlipat ganda.

Permasalahannya adalah bagaimana mungkin dengan menabung di Bank Syariah, bisa meraih kesempatan mendapatkan hadiah-hadiah *grand prize* yang menarik. Program seperti ini menciptakan trend baru, Semangat menabung *double* untung, dapat bagi hasil, sekaligus untung-untung dapat hadiah. Program ini

tampaknya berhasil mendorong perbankan menjadi besar, terutama di Bank Syariah Jambi meskipun pemberian hadiah dengan cara undian-undian di larang dalam ketentuan Syariah.⁵ Dari latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai: **“Perkembangan Produk Tabungan Wadi’ah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang masalah yang di paparkan maka penulis merumuskan permasalahan antara lain:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan Wadiah?
2. Bagaimana perkembangan produk tabungan wadi’ah?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini merupakan pemusatan fokus kepada intisari penelitian yang akan dilakukan. Batasan masalah penelitian ini yaitu strategi pemasaran dan perkembangan produk khususnya pada produk tabungan Wadiah.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri cabang Jambi.

⁵Sumber data: Dokumentasi Keadaan Nasabah produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Jambi, Oktober 2017

2. Untuk mengetahui perkembangan produk tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri cabang Jambi.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang akan dilaksanakan diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ekonomi Islam (dibidang perbankan), dalam rangka memperkaya khasanah penelitian lapangan yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan perkembangan produk tabungan Wadiah
2. Sebagai bahan informasi ataupun rujukan bagi siapa saja yang ingin mengetahui secara mendalam tentang strategi pemasaran dan perkembangan produk tabungan Wadiah di Bank Syariah.

F. Kerangka Teori

1. Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan Syariah. Pemasaran sebagai sebuah proses sosial dan manajerial di mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk atau value dengan pihak lainnya.⁶ Pemasaran merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholder-nya.

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional.⁷ Strategi pemasaran yang efektif memerlukan basis pengetahuan tentang konsumen, untuk itu pemasaran perlu melakukan beberapa hal berikut:

- a. Mengoptimalkan riset pemasaran untuk mengetahui keinginan yang paling diinginkan oleh konsumen.

⁶Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2008), hlm. 32

⁷Gunawan Sumodiningrat, *Mewujudkan Kesejahteraan Bangsa Menanggulangi Kemiskinan Dengan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009), hlm. 30

- b. Mengoptimalkan riset mengenai manfaat dan harga produk yang diinginkan, gaya dan model yang menunjukkan kemampuan ketika produk diposisikan, respon pelanggan terhadap bauran pemasaran dan analisis persepsi dan kepuasan pelanggan ketika pelanggan telah menggunakan produk.
- c. Melakukan bauran pemasaran terhadap keinginan customer. Untuk mendukung strategi yang telah dipilih untuk dilaksanakan dalam mencapai tujuan yang dibangun berdasarkan konsep:
 - a. Untuk siapakah tim manajemen mendesain produk bank (segmentasi Pasar).
 - b. Apakah produk jasa itu telah tepat untuk pasar sasaran (penempatan pasar).
 - c. Bagaimana upaya agar produk diterima oleh pasar (memasuki pasar
 - d. Bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segmen pasar tertentu (bauran pemasaran).
 - e. Bagaimana upaya agar perusahaan tetap bisa bertahan di pasar yang semakin kompetitif (keunggulan bersaing).⁸

Indikator strategi pemasaran terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion and Person*, yaitu sebagai berikut:

⁸J.David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, edisi revisi, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta: 2003), hlm. 210

- a. **Product.** Produk yang dihasilkan dan hendak dipasarkan harus tampil dalam keadaan baik atau bermutu dan mampu memenuhi atau mewakili selera konsumen. Dalam hal ini produk ditujukan untuk konsumen pada golongan sosial ekonomi mana, apakah masyarakat bawah, menengah atau atas. Dengan kata lain, produk mempunyai tingkat bonafiditas tertentu sehingga konsumen meyakini sebagai produk yang baik dan bermutu. Selain itu juga ditonjolkan produk yang punya nilai lebih, terutama dalam hal mutu. Nilai lebih adalah kepraktisan pemakaian serta kemasan yang didesain dengan rapi dan menarik sehingga konsumen mengetahui apa makna produk itu. Produk telah diolah dengan standar mutu dan jika perlu telah diuji secara laboratoris.
- b. **Price.** Tinggi rendahnya harga satuan produk, antara lain dipengaruhi 3 hal utama, yaitu biaya produksi, mutu produk, dan situasi segmen pasar. Di samping itu jika memungkinkan, juga perlu memperhatikan faktor-faktor penting, antara lain pesaing, daya beli konsumen dan kecenderungan selera konsumen. Dengan demikian harga produk harus bersifat kompetitif dan relatif terjangkau oleh konsumen dari golongan sosial ekonomi manapun.
- c. **Place.** Untuk pendistribusian suatu produk diperlukan kejelian untuk memilih tempat-tempat strategis yang memiliki peluang bagus untuk pemasaran produk. Jika mungkin perusahaan harus mampu

menempatkan produk-produknya di hypermarket, department store, toko besar, toko ritel dan juga pasar tradisional. Penempatan produk secara tepat akan memberikan citra (*image*) yang baik di mata konsumen, yaitu bahwa produk yang dihasilkan dapat diandalkan.

- d. Promotion. Mengingat betapa pentingnya citra produk yang baik dan bermutu di mata konsumen, promosi merupakan kegiatan yang tidak dapat ditawar lagi. Perlu dilakukan promosi secara rutin, terencana, gencar, baik berskala lokal, regional maupun internasional. Kegiatan ini diprogramkan jauh sebelum waktu pelaksanaan agar dapat mencapai sasaran. Bentuk –bentuk promosi yang dilakukan, selain memanfaatkan media cetak maupun elektronik, juga dengan menyelenggarakan demo/peragaan dan atau kegiatan seminar di daerah target.
- e. Person. Kegiatan pemasaran tidak akan mencapai sasarannya bila tidak ditunjang pelaksana tugas yang berkualitas dan profesional. Itu sebabnya searah dengan semakin ketatnya persaingan di pasar, pengusaha harus mampu menempatkan pelaksana tugas pemasaran yang betul-betul menguasai bidangnya, termasuk mendidik para pelaksana tugas pemasaran, minimal bagaimana customer service dan customer care.⁹

⁹Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 30-34

Strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan (objective), dalam situasi persaingan tertentu.

Pemasaran adalah seluruh dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli.¹⁰ Dalam strategi pemasaran ini, terdapat strategi acuan atau bauran pemasaran (marketing mix), yang menetapkan komposisi terbaik dan keempat komponen atau variabel pemasaran, untuk dapat mencapai sasaran pasar yang dituju sekaligus mencapai tujuan dan sasaran perusahaan.

Marketing Mix adalah pemasaran yang di lakukan secara berbaur atau bersama-sama, dalam arti mengatur strategi pemasaran yang dilakukan secara terpadu, atau untuk mudahnya adalah strategi pemasaran yang di lakukan secara bersama-sama dalam menerapkan beberapa elemen strategi pemasaran yang ada dalam marketing Mix. *Marketing Mix* itu sendiri adalah sekumpulan beberapa variabel yang dimana semua variabel pemasaran itu dapat dikendalikan, dan dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang telah ditentukan dalam target pemasaran. jadi pengertian marketing mix sendiri

¹⁰Muhammad Abdulkadir, *Hukum Asuransi Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007), hlm. 21

adalah sebuah tujuan yang harus di capai dengan beberapa penerapan saling bekerja sama satu sama lain.¹¹

Kotler dan Amstrong menjelaskan bahwa marketing mix merupakan strategi pemasaran yang dilaksanakan secara terpadu atau strategi pemasaran yang dilakukan secara bersamaan. Strategi tersebut digunakan dengan menerapkan elemen strategi yang ada dalam marketing mix itu sendiri.¹² Bauran pemasaran didefinisikan sebagai alat bagi marketing yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning dapat berjalan sukses. Bauran pemasaran mengacu pada panduan strategi produk, distribusi, promosi dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju. Elemen-elemen ataupun indikator dalam bauran pemasaran terdiri dari:

- a. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen unruk diminta, dicari, dibeli, digunakan dan dikonsumsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan
- b. Harga merupakan pertimbangan bagi konsumen, karena nilai menentukan apakah sesuai atau tidak dengan kepuasan yang dialami konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang ditetapkan oleh

¹¹Chandra Pratama, *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran*, (Surakarta: PPM, 2010), hlm.45-46

¹²Philip Kotler, Swee Hoong Ang, Siew Meng Leong dan Chin Tiong Tan, *Manajemen Pemasaran; sudut Pandang Asia*, (Jakarta: Indeks, 2005), hlm. 56-58

pembeli dan menjual melalui tawar-menawar dan ditetapkan oleh penjual untuk harga yang sama terhadap pembeli.

- c. Harga dalam asuransi diwujudkan dalam bentuk tingkat premi.
- d. Place adalah berbagai kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh konsumen sasaran
- e. Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan kualitas pelayanan untuk membujuk konsumen agar dapat menerima.¹³

Sedangkan pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan disiplin strategis yang sesuai dengan nilai dan prinsip Syariah. Marketing Syariah adalah sebuah disiplin strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari satu inisiator kepada stakeholder-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islami.¹⁴ Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang menurut Syariah, yaitu bisnis judi, riba, dan produk-produk haram. Namun, walaupun bisnis perusahaan tersebut tidak berhubungan dengan kegiatan bisnis yang diharamkan, terkadang taktik yang digunakan dalam memasarkan produk-produk mereka masih menggunakan cara-cara yang diharamkan dan tidak etis.

¹³Muhammad Nafik, *Perbandingan Sistem Bunga dengan Bagi Hasil dan Dampaknya pada Perekonomian*, (Surabaya : Amanah Pustaka, 2009), hlm. 87

¹⁴Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah: Membahas Ekonomi Islam, Kedudukan Harta, Hak Milik, Jual Beli, Bunga Bank dan Riba', Musyawarah Ijarah, Mudayanah, koperasi, Asuransi, Etika Bisnis dll*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2014), hlm. 45-47

Bauran pemasaran adalah kombinasi dari empat variable atau kegiatan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.¹⁵ Produk merupakan suatu sifat yang kompleks baik diraba maupun tidak diraba termasuk bungkus, warna, harga, pengaruh perusahaan dan pengece, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Harga adalah jumlah uang (ditambahkan beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Promosi merupakan arus informasi atau persuasi atau arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Distribusi yaitu kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang yang dipasarkan itu kepada konsumen.

Bauran pemasaran mengacu pada panduan strategik produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan dengan pasar yang dituju.¹⁶ Dalam dunia bisnis pemasaran adalah salah satu aspek penting dalam kesuksesan suatu perusahaan. Kelemahan utama yang biasanya terjadi pada perusahaan Indonesia adalah dalam bidang pemasaran yang merupakan aspek penting di dunia bisnis.

¹⁵Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 34

¹⁶Pratama adi Chandra, *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran Pada Perusahaan Asuransi AJB Bumiputera Syariah cabang Surakarta*, (jurnal Universitas Sebelas Maret Surakarta)

Pengusaha kita dapat menghasilkan produk yang cukup bagus dengan biaya yang rendah, karena Indonesia kaya akan bahan baku dan tenaga kerja yang murah. Akan tetapi setelah produk itu jadi, pada umumnya mereka kesulitan untuk memasarkannya. Oleh karena itu penerapan strategi pemasaran yang tepat harus dilakukan oleh perusahaan agar mendapat hasil yang optimal.

2. Produk Tabungan Wadiah

Al wadi'ah bisa diartikan titipan murni dari pihak satu ke lainnya. Jadi tabungan syariah atas dasar akad wadiah adalah nasabah menitipkan/menyimpan uangnya ke bank dan uang tersebut bisa diambil sewaktu-waktu sesuai kehendak nasabah.¹⁷ Istilah-istilah yang ada di sini, Muwadi' adalah pemilik barang (uang)/penitip/nasabah dan Mustauda' adalah pihak yang dititipi/menyimpan/bank.

Akad wadiah berasal dari *wada'asy syai-a*, yaitu meninggalkan sesuatu. Sesuatu yang seseorang tinggalkan pada orang lain agar dijaga disebut wadi'ah, karena dia meninggalkannya pada orang yang sanggup menjaga. Secara harfiah, Al-wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaknya.¹⁸

¹⁷Muhammad Nafik, *Perbandingan Sistem Bunga dengan Bagi Hasil dan Dampaknya pada Perekonomian*, Op.cit, hlm. 33

¹⁸Gunawan Sumodiningrat, *Mewujudkan Kesejahteraan Bangsa Menanggulangi Kemiskinan Dengan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat*, Op.cit, hlm. 35

Pertumbuhan ekonomi suatu bangsa ataupun negara dapat dinilai dengan berbagai ukuran agregat, secara umum pendapatan nasional bukan hanya berguna untuk menilai perkembangan ekonomi suatu Negara dari waktu ke waktu tetapi juga membandingkan dengan Negara lain.¹⁹ Dalam bidang ekonomi syariah, wadiah adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat nasabah yang bersangkutan menghendaki. Bank bertanggungjawab atas pengembalian titipan tersebut.²⁰ Dalam prakteknya, wadiah merupakan produk tabungan di bank-bank Syariah yang biasanya mempunyai banyak kelebihan seperti bebas biaya administrasi bulanan, setoran awal minimum yang tidak terlalu besar, saldo ditahan yang sangat kecil, tidak adanya saldo minimal dan denda dibawah saldo minimal yang disarankan.

Jenis-jenis akad wadiah yang diterapkan dalam perbankan Syariah adalah sebagai berikut:

- a. **Wadiah Yad Adh-Dhamanah:** Akad penitipan barang yang pihak yang dititipi boleh memanfaatkan barang/uang tersebut. Namun jika hilang ataupun rusak, pihak yang dititipi harus tanggung jawab/mengganti. Akad wadiah ini yang umum digunakan di bank. Pihak bank boleh mengelola uang dari nasabah. Nasabah sewaktu-waktu boleh mengambil uangnya kapan pun yang dikehendaki. Pihak bank harus siap memberikan secara utuh.

¹⁹Subandi, *Sitem Ekonomi Indonesia*, (Bandung: Alfabeta: 2011), hlm. 29

²⁰Lutfi Hamidi, *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Senayan Abadi Publising, 2009), hlm. 65

- b. **Wadiah Yad Al-Amanah:** Ini bisa dibilang penitipan murni. Pihak yang dititipi diberikan amanat atau kepercayaan untuk menjaga uang atau barang. Pihak yang dititipi tidak boleh memanfaatkan atau menggunakannya. Namun bila barang hilang atau rusak, pihak yang dititipi tidak dituntut tanggung jawab apapun. Kerusakan, kehilangan, perawatan, dan sebagainya sepenuhnya ditanggung oleh penitip/pemilik barang.²¹

3. Bank Syariah

Ekonomi Islam dengan berbagai perilaku bisnisnya, perilaku konsumsinya dan perilaku produksinya akan selalu bersandar pada tujuan utama yaitu keseimbangan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.²² Sebagai penyempurna risalah-risalah agama terdahulu, Islam memiliki syariah yang sangat istimewa, yakni bersifat komprehensif dan universal. Komprehensif berarti Syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah), sedangkan universal berarti syariah Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai yaumul-Hisab nanti.²³

Bank Syariah merupakan lembaga perbankan yang dijalankan dengan prinsip syariah. Dalam setiap aktivitas usahanya, bank syariah selalu menggunakan

²¹*Ibid.*, hlm. 66-68

²²Hasan Aedy, *Indahnya Ekonomi Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 3

²³Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 4-5

hukum-hukum Islam yang tercantum di dalam Al-Qur'an dan Hadist.²⁴ Berbeda dengan bank konvensional yang mengandalkan sistem bunga, bank syariah lebih mengutamakan sistem bagi hasil, sistem sewa, dan sistem jual beli yang tidak menggunakan sistem riba sama sekali.

Bank syariah merupakan salah satu lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa perbankan lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang yang beroperasi dengan berdasarkan prinsip-prinsip agama Islam atau pun prinsip syariah.²⁵

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ekonomi yang menjelaskan segala fenomena tentang perilaku pilihan dan pengambilan keputusan dalam setiap unit kegiatan atau aktivitas ekonomi dengan mendasarkan pada tata aturan moral dan etika Islam.²⁶ Perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan bank syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya. Bank syariah merupakan bank yang menjalankan aktivitas usahanya dengan menggunakan landasan prinsip-prinsip syariah yang terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), BPRS (Bank Perkreditan Rakyat Syariah), dan UUS (unit Usaha Syariah). Fungsi Bank Syariah diantaranya adalah sebagai berikut:

²⁴Muhammad Nafik, *Perbandingan Sistem Bunga dengan Bagi Hasil dan Dampaknya pada Perekonomian*, Op.cit, hlm. 22

²⁵M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2007), hlm. 63

²⁶Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. v

- a. Penghimpun Dana. Sama seperti halnya bank umum, bank syariah memiliki fungsi utama sebagai penghimpun dana dari masyarakat. Bedanya, jika pada bank konvensional si penabung mendapatkan balas jasa berupa bunga, di bank syariah penabung akan mendapatkan balas jasa berupa bagi hasil.
- b. Penyalur Dana. Fungsi utama bank syariah yang kedua adalah sebagai penyalur dana. Dana yang telah dihimpun dari nasabah, nantinya akan disalurkan kembali kepada nasabah lainnya dengan sistem bagi hasil.
- c. Memberikan Pelayanan Jasa Bank. Fungsi bank syariah yang ketiga adalah sebagai pemberi layanan jasa perbankan. Dalam hal ini, bank syariah berfungsi sebagai pemberi layanan jasa seperti jasa transfer, pemindah bukuan, jasa tarikan tunai, dan jasa-jasa perbankan lainnya.²⁷

Bank Syariah merupakan salah satu Bank Islami adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah. Bank Syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip Syariah. Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang Syariah.²⁸ Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam dan dalam kegiatannya tidak

²⁷Trisadini dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, dalam Zainul Arifin: *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hlm. 94

²⁸Abu Muhammad Dwiono, *Selamat Tinggal Bank Konvensional*, (Bandung: Tifa Publishing House, 2008), hlm. 39

membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan bank syariah yang diterima maupun yang dibayarkan pada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian yang dilakukan oleh pihak nasabah dan pihak bank. Perjanjian (akad) yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam.

G. Tinjauan Pustaka

Mengecu pada hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya atau penelitian terdahulu, maka penulis menyajikan penelitian yang seidentik dengan hasil penelitian yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1: Tinjauan Pustaka Penelitian

No	Peneliti	Judul penelitian	Kesimpulan Penelitian
1.	Ayunda Safitri	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara Syariah dengan akad Wadi'ah Yad Dhamanah di PT. Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Syariah Pekanbaru	Strategi pemasaran produk tabungan Batara Syariah terdiri dari: Segmentasi pasar dan Bauran pemasaran yang meliputi: produk (<i>product</i>), harga (<i>price</i>), tempat (<i>place</i>), dan promosi (<i>promotion</i>). Kendala yang dihadapi terdiri dari: Faktor Luar yaitu: kurangnya pemahaman masyarakat tentang keberadaan produk-produk perbankan syariah, adanya persaingan yang ketat dengan lembaga keuangan syariah yang juga menawarkan produk-produk syariah dan Faktor Dalam yaitu : sistem teknologi yang digunakan masih

			kalah dengan bank konvensional, media promosi yang masih terbatas, dan sumber daya manusia yang masih terbatas.
2.	Rahayu Endah Sari	Produk Tabungan Wadi'ah pada Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang	Perkembangan dan pertumbuhan pada produk tabungan wadiah pada tahun 2012-2013 mengalami kenaikan yang signifikan, dari segi produk tabungan simpatik naik 51,74% atau sebesar Rp. 322.917.945, tabunganku naik 157,19% atau sebesar Rp. 152.397.028 sedangkan dari sektor produk giro mengalami kenaikan 20,94% atau sebesar Rp. 36.732.191 hal ini menunjukkan bahwa dampak dari strategi yang dilakukan berjalan dengan maksimal.
3.	Denny Sarwani	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Maburr Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang	Strategi-strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang dalam pemasaran yaitu memprioritaskan pemasaran, selain itu para nasabah juga diberikan kemudahan dalam penyetoran perbulan dan pelayanan yang cepat. Sedangkan strategi yang tidak berjalan dengan baik ada pada promosi periklanan, memaksimalkan periklanan melalui TV-Commercial dan spot iklan radio sehingga masyarakat luas kurang mendapatkan informasi produk-produk

			Bank Syariah Mandiri.
4.	Hamdan Supriono	Analisis strategi pemasaran produk tabungan Emas PT pegadaian (persero) cabang Syariah terhadap peningkatan jumlah nasabah (studi kasus pada PT. Pegadaian (persero) kantor cabang Syariah Raden Intan Bandar Lampung)	aspek marketing mix, produk yang ditawarkan sangat variatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat untuk masa sekarang dan masa yang akan datang, sedangkan dari harga sangat murah dan fleksibel untuk melakukan transaksi. Untuk lokasi mudah untuk dijangkau, sedangkan promosi menggunakan personal selling, periklanan melalui televisi koran internet brosur dan lain-lain.
5.	Nur Fuan Zen	Strategi pemasaran produk tabungan haji di BRI Syariah KCP Kudus	Pemasaran produk yang efektif adalah pemasaran yang sesuai dengan prinsip operasional yang mengacu pada prinsip-prinsip syariah dengan media pemasaran yang efisien dan efektif dengan menekan serendah mungkin biaya pemasaran dan operasional untuk mendapatkan keuntungan yang optimal. Tabungan haji pada bank BRI Syariah merupakan tabungan berdasarkan prinsip wadi'ah yad dhamanah.

BAB II

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif ini bertujuan mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan mengimprestasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variable-variabel yang diteliti, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti, untuk memperoleh informasi penelitian penulis melakukan wawancara secara partisipan, observasi langsung dan mengolah informasi berupa data dokumentasi yang pada akhirnya akan membuahkan pada hasil penelitian.

Pendekatan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan karakteristik suatu masyarakat atau suatu kelompok orang tertentu, penelitian yang menggambarkan penggunaan fasilitas masyarakat, penelitian yang memperkirakan proporsi orang yang mempunyai pendapat, sikap, atau bertingkah laku tertentu, penelitian yang berusaha untuk melakukan semacam ramalan dan penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih.

Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah aspek yang sangat penting dalam suatu penelitian, pendekatan yang sesuai dengan tujuan penelitian akan

mendukung kemudahan bagi peneliti yang akan mendukung kemudahan bagi peneliti dalam menjalankan proses penelitian yang akan dijalankan. Metode kualitatif bertitik tolak dari fenomenologis yang menekankan pada pemahaman makna tingkah laku manusia sebagaimana yang dimaksud oleh pelakunya sendiri. Pandangan fenomenologis tidak mengakui bahwa peneliti tahu apa makna sesungguhnya suatu perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh orang-orang yang sedang diteliti.

Sedangkan penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku, didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan mengimperprestasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah aspek yang sangat penting dalam suatu penelitian, pendekatan yang sesuai dengan tujuan penelitian akan mendukung kemudahan bagi peneliti yang akan mendukung kemudahan bagi peneliti dalam menjalankan proses penelitian yang akan dijalankan.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data

Data dalam sebuah penelitian merupakan bahan pokok yang akan diolah dan dianalisis untuk menjawab masalah-masalah dalam penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data

primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utamanya.²⁹

Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaah terhadap dokumentasi pribadi, resmi kelembagaan, referensi atau literature laporan yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian. Data sekunder merupakan data pendukung atau data pelengkap atau data yang tidak langsung diserahkan oleh sumber data, tetapi lewat orang lain atau lewat dokumen. Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaah terhadap dokumentasi pribadi, resmi kelembagaan, referensi atau literature laporan yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian. Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari biro statistik, majalah, Koran, keterangan-keterangan atau publikasi lainyadalam penelitian ini bentuk data sekunder berupa data dokumen penjualan, dokumen pengeluaran dan pemasukan dan sebagainya.

2. Sumber Data

Sumber data adalah dimana data diperoleh. Sumber data atau informasi baik jumlah maupun keragamanya harus diketahui terlebih dahulu, sebagai bahan atau dasar dalam menentukan isi, bahasa, sistematika item dalam

²⁹Ronny Kountur, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PPM, 2007), hlm. 182

instrumen penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek data yang di peroleh melalui wawancara dengan pegawai koperasi dan anggota. Sumber data atau informasi baik jumlah maupun keragamanya harus diketahui terlebih dahulu, sebagai bahan atau dasar dalam menentukan isi, bahasa, sistematika item dalam instrumen penelitian.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Metode atau pengamatan mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tidak sadar, kebiasaan dan sebagainya.³⁰ Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, direncanakan dan dicatat secara sistematis, dapat dikontrol keandalannya (reliabilitasnya) dan kesahihannya (validitasnya).

Observasi atau disebut juga dengan pengamatan merupakan kegiatan pemuatan perhatian semua objek dengan menggunakan seluruh indera. Metode observasi juga dapat diartikan sebagai pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian. Observasi dalam penelitian ini

³⁰Lexy J Moleong, *Methodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004), 175

digunakan untuk memperoleh data primer, dimana hasil data tersebut akan menjawab permasalahan-permasalahan yang di ajukan dalam penelitian.

2. Wawancara

Metode wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara kepada responden dan jawab-jawaban responden di catat atau direkam dengan alat perekam.³¹

Wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan kepada para responden. Interview atau wawancara merupakan alat pengumpul informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula. Ciri utama dari interview adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi (interviewer) dan sumber informasi (interviewee).

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pembicaraan santai dalam berbagai situasi, dilakukan secara terus menerus untuk mendapatkan informasi dan penjelasan yang utuh, mendalam, terperinci dan lengkap. Wawancara yaitu pengumpulan data berbentuk pengajuan pertanyaan secara lisan dan pertanyaan yang diajukan dalam wawancara itu telah dipersiapkan secara tuntas dilengkapi dengan instrumen.

³¹Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosda Karya: 2011), hlm. 67-68

Wawancara memerlukan syarat penting yakni terjadinya hubungan yang baik dan demokratis antara responden dengan penanya (*Im good, you ure good*). Fungsi wawancara (*interview*) dalam penelitian adalah: mendapatkan informasi langsung dari responden (metode primer), mendapatkan informasi, ketika metode lain tidak dapat dipakai (metode sekunder) dan menguji kebenaran dari metode kuesioner atau observasi (metode Kreteria).

Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih saling bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi atau keterangan. Adapun data hasil wawancara dalam penelitian ini dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian sehingga dapat menjawab rumusan masalah yang diajukan oleh peneliti dan akan diajukan kepada responden penelitian. Wawancara dilakukan oleh peneliti melalui tanya-jawab antara peneliti dengan subjek penelitian, hal ini tentunya untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan oleh peneliti tentang strategi pemasaran dan kendala perkembangan produk tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri cabang Gatot Subroto Jambi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data pendukung yang dikumpulkan sebagai penguatan data observasi dan wawancara, karena dokumentasi adalah satu kesatuan

dengan data observasi dan wawancara yang dilakukan sebelumnya.³² Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari dokumen-dokumen resmi. Metode dokumentasi digunakan untuk mendapatkan informasi non manusia, sumber informasi (data) non manusia ini berupa catatan-catatan, pengumuman, instruksi, aturan-aturan, laporan, keputusan atau surat-surat lainnya, catatan-catatan dan arsip-arsip yang ada kaitannya dengan fokus penelitian. Data yang dikumpulkan mengenai teknik tersebut berupa kata-kata, tindakan dan dokumen tertulis lainnya.

D. Teknik Analisis Data

Setelah selesai penelitian ini, maka dilakukan pengolahan data dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, data yang di peroleh terlebih dahulu diseleksi menurut kelompok variabel-variabel tertentu dan dianalisis melalui segi kualitatif, dengan teknik:

1. Analisis Domain

Analisis domain adalah langkah analisis pertama yang dilakukan setelah peneliti melalui suatu proses dari terjun keobjek penelitian yang berupa situasi sosial dan kemudian pelaksanaan observasi partisipan, pencatatan hasil observasi, dan wawancara, serta melakukan observasi deskriptif. Odel analisis etnografis dalam penelitian kualitatif menurut Spradley meliputi analisis domain, analisis taksonomis, analisis komponen, dan analisis tema. Analisis

³²Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, (Jakarta: GP Press Group, 2013), 119

domain bersifat universal yaitu mencakup: jenis, ruang, sebab akibat, rasional, lokasi kegiatan, cara ketujuan, fungsi, urutan dan atribut.³³ Jadi Analisis domain pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti. Ada enam tahap yang dilakukan dalam analisis domain yaitu:

- a. Memilih salah satu hubungan semantik untuk memulai dari sembilan hubungan semantik yang tersedia.
- b. Menyiapkan lembar analisis domain.
- c. Memilih salah satu sampel catatan lapangan yang dibuat terakhir, untuk memulainya.
- d. Mencari istilah acuan dan istilah bagian yang cocok dengan hubungan semantik dari catatan lapangan.
- e. Mengulangi usaha pencarian domain sampai semua hubungan semantik habis.
- f. Membuat daftar domain yang ditemukan (teridentifikasi).³⁴

2. Analisis Taksonomi

Setelah melakukan analisis domain yang masih bersifat umum, peneliti mencari bagaimana domain yang dipilih itu dijabarkan atau dijelaskan menjadi lebih rinci. Setelah peneliti melakukan analisis domain, sehingga

³³Burhan Mungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 205

³⁴Burhan Mungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 359

ditemukan domain-domain atau kategori dari situasi sosial tertentu, maka selanjutnya domain yang dipilih oleh peneliti dan selanjutnya ditetapkan sebagai fokus penelitian, perlu diperdalam lagi melalui pengumpulan data di lapangan. Analisis taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan. Tujuh langkah yang dilakukan dalam analisis taksonomi yaitu :

- a. Memilih salah satu domain untuk dianalisis.
- b. Mencari kesamaan atas dasar hubungan semantik yang sama yang digunakan untuk domain itu.
- c. Mencari tambahan istilah bagian.
- d. Mencari domain yang lebih besar dan lebih inklusif yang dapat dimasukkan sebagai sub bagian dari domain yang sedang dianalisis.
- e. Membentuk taksonomi sementara.
- f. Mengadakan wawancara terfokus untuk mengecek analisis yang telah dilakukan.
- g. Membangun taksonomi secara lengkap.³⁵

3. Analisis Komponensial

Analisis komponensial yang dicari untuk diorganisasikan dalam domain bukanlah keserupaan dalam domain, tetapi justru yang memiliki perbedaan atau yang kontras, data dicari melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang selektif. Pada analisis komponensial, yang dicari untuk diorganisasikan

³⁵*Ibid.*, hlm. 359

dalam domain bukanlah keserupaan dalam domain, tetapi justru yang memiliki perbedaan atau yang kontras. Ada delapan langkah dalam analisis komponen ini yaitu :

- a. Memilih domain yang akan dianalisis
- b. Mengidentifikasi seluruh kontras yang telah ditemukan
- c. Menyiapkan lembar paradigma
- d. Mengidentifikasi dimensi kontras yang memiliki dua nilai
- e. Menggabungkan dimensi kontras yang berkaitan erat menjadi satu
- f. Menyiapkan pertanyaan kontras untuk ciri yang tidak ada
- g. Mengadakan pengamatan terpilih untuk melengkapi data
- h. Menyiapkan paradigma lengkap.³⁶

E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber dalam penelitian ini dapat dicapai dengan jalan yaitu sebagai berikut:

- 1) Membandingkan hasil pengamatan data hasil wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan orang secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 221

- 4) Membandingkan keadan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumentasi yang berkaitan.³⁷

Sementara itu, triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.³⁸

F. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan terdiri dari lima bab dan setiap babnya terdiri dari sub-sub. Masing-masing bab membahas permasalahan tersendiri tetapi saling berkaitan antara satu bab dengan bab berikutnya. Adapun sistematika pembahasan adalah:

BAB I: Bab ini membahas tentang pendahuluan mencakupi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teori dan tinjauan pustaka.

³⁷Lexy J Moleong, *Methodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004), hlm. 332

³⁸Burhan Mungin, *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 360

BAB II: Bab ini membahas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB III: Bab ini membahas mengenai gambaran umum mengenai Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Jambi

BAB IV: Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang akan diteliti oleh penulis mengenai strategi pemasaran dan perkembangan produk tabungan Wadiah di Bank Syariah Jambi.

BAB V: Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran.

BAB III

GAMBARAN UMUM BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JAMBI

A. Profile BSM

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.³⁹

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSM.⁴⁰

³⁹Dokumentasi Bank Syariah Mandiri cabang Jambi, Tahun 2018.

⁴⁰Dokumentasi Bank Syariah Mandiri cabang Jambi, Tahun 2018.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara

resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.⁴¹

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

B. Produk-produk Bank Syari'ah Mandiri Jambi

Adapun produk-produk yang ditawarkan Bank Syari'ah Mandiri Jambi kepada masyarakat luas terbagi menjadi dua, yaitu pendanaan dan jasa:

1. Produk Pendanaan

a. Tabungan

- 1) Tabungan Bank Syari'ah Mandiri Simpatik adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip wadiah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.
- 2) Tabungan Bank Syari'ah Mandiri adalah simpanan yang penarikannya berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.
 - a). Tabungan Bank Syari'ah Mandiri Dollar adalah simpanan dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan

⁴¹Dokumentasi Bank Syariah Mandiri cabang Jambi, Tahun 2018.

setiap saat atau sesuai ketentuan Bank Syari'ah Mandiri dengan menggunakan slip penarikan.

- b). Tabungan Mabror Bank Syari'ah Mandiri adalah simpanan investasi yang bertujuan membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah haji dan umrah.
- c). Tabungan Kurban Bank Syari'ah Mandiri adalah simpanan investasi yang bertujuan membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah kurban dan aqiqah.
- d). Bank Syari'ah Mandiri Investa Cendikia adalah jenis tabungan ini bertujuan untuk mempersiapkan dana pendidikan sedini mungkin bagi orang tua dalam mempersiapkan dana pendidikan anak-anaknya. Selain itu, tabungan investa Cendikia juga memberikan perlindungan asuransi, sehingga kelangsungan biaya pendidikan buah hati lebih terjamin.⁴²

b. Deposito

1. Deposito Bank Syari'ah Mandiri adalah produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

⁴²*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Produk-produk Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

2. Deposito Bank Syari'ah Valas adalah produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan dalam bentuk valuta asing.⁴³

c. Giro

1. Giro Bank Syari'ah Mandiri EURO adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro yang disediakan bagi nasabah perorangan atau perusahaan/badan hukum dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yaddhamanah.
2. Giro Bank Syari'ah Mandiri adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip wadiah yad adh-dhamanh.
3. Giro Bank Syari'ah Mandiri Valas adalah simpanan dalam mata dollar amerika yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip wadiah yad adh-dhamanh.
4. Giro Bank Syari'ah Mandiri Singapore Dollar adalah simpanan dalam mata dollar singapore yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip wadiah yad adh-dhamanah.⁴⁴

⁴³*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Produk-produk Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

⁴⁴*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Produk-produk Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

d. Obligasi

Obligasi Bank Syari'ah Mandiri adalah surat berharga jangka panjang berdasar prinsip syari'ah yang mewajibkan emiten (bank syari'ah mandiri) untuk membayar pendapatan bagi hasil/kupon dan membayar kembali dana obligasi syari'ah pada saat jatuh tempo.⁴⁵

2. Pembiayaan

- a.** Pembiayaan Griya Bank Syari'ah Mandiri adalah pembiayaan jangka pendek, menengah atau jangka panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (komsumtif), baik baru maupun bekas, dilingkungan developer maupun non developer, dengan sistem murabahah.
- b.** Gadai Emas Bank Syari'ah Mandiri merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternative memperoleh uang tunai dengan cepat.
- c.** Mudharabah Bank Syari'ah Mandiri adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank, dengan keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.
- d.** Musyarakah Bank Syari'ah Mandiri adalah pembiayaan khusus untuk model kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

⁴⁵*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Produk-produk Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

- e. Murabahah Bank Syari'ah Mandiri adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah misalnya jual beli rumah dan kendaraan, Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati .
- f. Talangan Haji Bank Syari'ah Mandiri merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi haji pada saat pelunasan BPIH.
- g. Ba'I Al-istishna' Bank Syari'ah Mandiri adalah pembiayaan jual beli yang dilakukan antara bank dan nasabah dimana penjual (pihak bank) membuat barang yang dipesan oleh nasabah.
- h. Qard adalah perjanjian pinjaman, dimana pemberi pinjaman (kreditor) memberikan pinjaman kepada pihak lain dengan ketentuan penerima pinjaman akan mengembalikan pinjaman tersebut pada waktu yang telah ditentukan dengan jumlah yang sama ketika pinjaman itu diberikan.
- i. Ijarah Muntahiya Bitamlik adalah perjanjian sewa yang memberikan kepada penyewa untuk memanfaatkan barang yang akan disewa dengan imbalan uang sewa sesuai sesuai dengan persetujuan dan setelah masa sewa berakhir maka barang dikembalikan kepada pemilik, namun penyewa dapat juga memiliki barang yang disewa dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain.

- j.** Hawalah adalah akad pemindahan nasabah kepada bank untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya dan bank mendapat imbalan atas jasa pemindahan piutang tersebut.
- k.** Salam adalah pembiayaan jual beli dimana pembeli memberikan uang terlebih dahulu terhadap barang yang dibeli yang telah disebutkan spesifikasinya dengan pengantaran kemudian.⁴⁶

3. Jasa

a. Jasa Produk

- 1.** Kartu/ATM Bank Syari'ah Mandiri merupakan sarana untuk melakukan transaksi pada ATM Syari'ah Mandiri. Meskipun ATM ini merupakan produk kerjasama dengan bank konvensional, nasabah tidak perlu cemas akan terkena pengaruh bunga (riba), karena PT. Bank Syari'ah Mandiri telah mengatur kerjasama dengan PT. Bank Mandiri untuk menyediakan dana yang mencukupi dan tidak mengambil bunga atau saja giro penempatan cadangan dana di PT. Bank Mandiri.
- 2.** Bank Syari'ah Mandiri B-Payer merupakan layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan.
- 3.** Bank Syari'ah Mandiri SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

⁴⁶*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Pembiayaan Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

4. Jual Beli Valuta Asing adalah pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syari'ah Mandiri dengan nasabah.
5. Bank Syari'ah Mandiri *Elektronik Payroll* adalah pembayaran gaji karyawan institusi melalui teknologi terkini Bank Syari'ah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.
6. SKBDN (Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri) merupakan janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah (*applicant*) yang mengikat Bank Syari'ah Mandiri sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau Order nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima atau member kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk menegoisasi wesel-wesel yang ditarik oleh penerima atas penyerahan dokumen (untuk saat ini khusus Bank Syari'ah Mandiri dengan Bank Syari'ah Mandiri)
7. Bank Syari'ah Mandiri Letter Of Credit merupakan janji tertulis berdasarkan permintaan tertulis nasabah (*applicant*) yang mengikat Bank Syari'ah Mandiri sebagai bank pembuka untuk membayar kepada penerima atau Order nya atau menerima dan membayar wesel pada saat jatuh tempo yang ditarik penerima atau member kuasa kepada bank lain untuk melakukan pembayaran kepada penerima, atau untuk menegoisasi wesel-wesel yang ditarik oleh penerima atas penyerahan dokumen.

8. Bank Syari'ah Mandiri SUMCH (Saudi Umrah & Haji Card) adalah kartu prabayar dalam mata uang Saudi Arabiyan Riyal.⁴⁷

b. Jasa Operasional

1. Transfer Lintas Negara Bank Syari'ah Mandiri Western Union adalah jasa layanan pengirimsn dan penerimaan uang lintas negara dalam sekejap.
2. Setoran Kliring merupakan penagihan warkat bank lain dimana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring.
3. Inkaso merupakan penagihan warkat bank lain dimana bank tertariknya berada pada wilayah kliring atau berada di luar negri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.
4. Bank Syari'ah Mandiri *Intercity Clearing* merupakan jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank diluar wilayah kliring dengan cepat sehingga sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.
5. Bank Syari'ah Mandiri RTGS (*Real Time Gross Seetlement*) merupakan jasa transfer uang valuta rupiah antar bank, baik dalam satu kota maupun dalam kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time.
6. Transfer Dalam Kota merupakan jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal.

⁴⁷*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Produk Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

7. Transfer Valas Bank Syari'ah Mandiri terdiri dari transfer keluar (pengiriman valas dari nasabah bank syari'ah mandiri kenasabah bank lain dalam maupun luar negeri) dan transfer masuk (pengiriman valas dari nasabah bank syari'ah mandiri).
8. Pajak Online Bank Syari'ah Mandiri memberikan kemudahan kepada wajib pajak untuk membayar kewajiban pajak secara otomatis dengan mendebet rekening atau secara tunai.
9. Pajak Import Bank Syari'ah Mandiri memberikan kemudahan kepada *Importer* untuk membayar pajak barang dalam rangka *import* secara *on-line* sebagai syarat untuk mengeluarkan barangnya dari gudang kantor bea dan cukai.
10. Referensi Bank merupakan surat keterangan yang diterbitkan oleh Bank Syari'ah Mandiri atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.⁴⁸

C. Perkembangan Bank Syari'ah Mandiri Jambi

Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi mengalami kemajuan yang sangat pesat sehingga sampai saat ini telah memiliki nasabah yang tidak sedikit, jumlah karyawan yang bekerja juga telah meningkat. Pada bulan juli tahun 2007, bank Syari'ah Mandiri Cabang Jambi bekerja sama dengan IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Telanaipura Jambi dan Bank Syari'ah Mandiri Cabang Jambi juga

⁴⁸*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Produk Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

membuka kantor Kas Sipin Ujung pada tanggal 17 Desember 2007 serta membuka kantor cabang pembantu Jambi Jelutung, kantor cabang pembantu Muaro Bungo, dan kantor cabang pembantu Sorolangun.⁴⁹

Dalam upaya mengantisipasi perkembangan sistem perbankan syari'ah yang dapat berkembang pesat di kemudian hari, pengelolaan dana di bank syari'ah agar tetap dapat beroperasi dengan efektif dan efisien. Meskipun leabilitas bank syari'ah tidak terkait dengan bunga, namun demikian tetap diperlukan usaha-usaha untuk mengoptimalkan struktur asset dan leabilitas sedemikian rupa sehingga diharapkan struktur pembiayaan dan pendanaan bank tidak mengharap pada kondisi yang dapat membawa bank pada krisis likuiditas jika terjadi gejolak.⁵⁰

Pengelolaan dana di bank Syari'ah Mandiri akan mencakup fungsi-fungsi *Asset Liability Management* dan bidang-bidang yang mencakup kegiatan *Foreign Exchange* dan *Money Market* berdasarkan ketentuan syari'ah dan pemerintah yang berlaku serta memelihara kepentingan bank secara berkesinambungan.

Dalam dunia perbankan peranan *Asset Liability Managemen* dalam menetapkan strategi bank syari'ah khususnya yang berkaitan dengan strategi pembiayaan dan pendanaan merupakan hal yang penting mengingat antara lain:

⁴⁹*Dokumentasi Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Perkembangan Bank Syariah Mandiri Jambi, 9 April 2018

⁵⁰*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Perkembangan Bank Syariah Mandiri Jambi, 9 April 2018

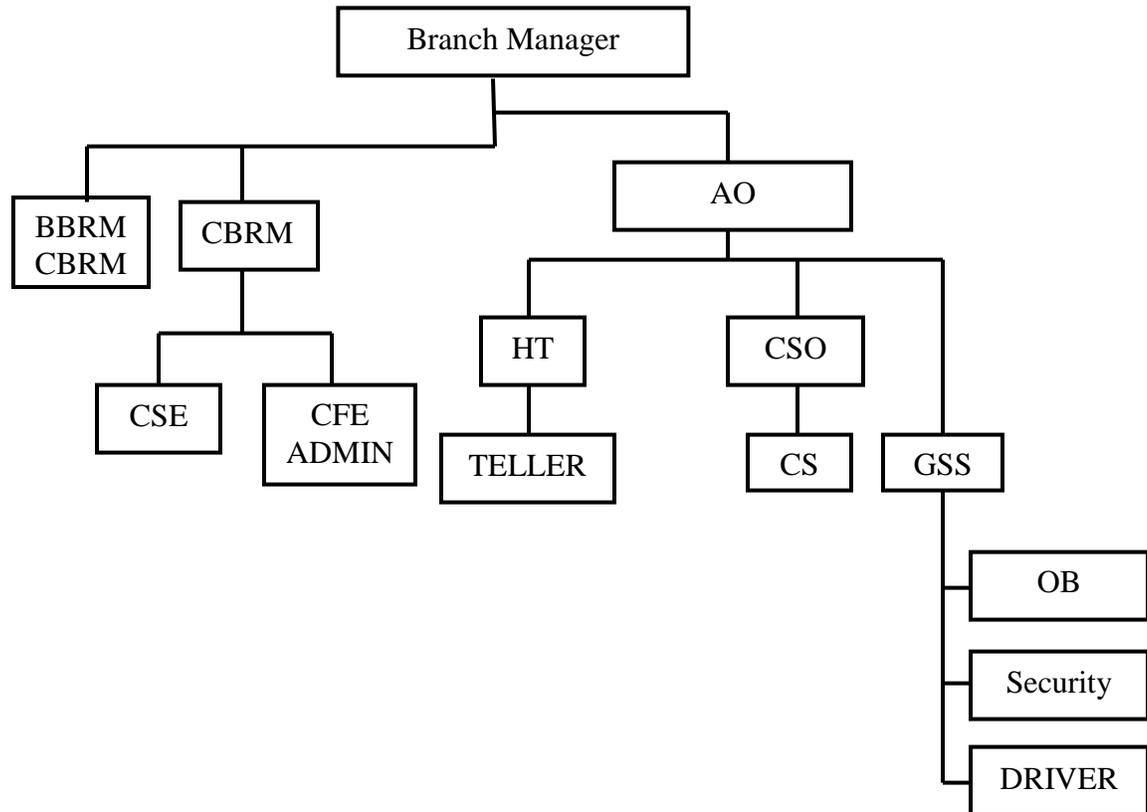
1. Kondisi pasar sangat beragam dan merupakan dampak nyata dari perkembangan pasar yang didukung oleh kemajuan teknologi sehingga menimbulkan persaingan di sektor industri jasa keuangan.
2. Perkembangan pasar yang beragam menimbulkan kebutuhan pasar terhadap produk-produk baru yang inovatif dan mampu memenuhi kebutuhan pasar industri jasa keuangan, khususnya produk-produk perbankan syariah.
3. Kondisi pasar yang terus berkembang sering disertai perubahan-perubahan ketentuan/peraturan dari otoritas meneter sehingga diperlukan pengelolaan resiko yang baik, *up to date* serta berkelanjutan. Keberadaan dan pengelolaan dana Bank Syariah Mandiri adalah sama dengan keberadaan dan Mandiri tidak melaksanakan kontrak-kontrak yang bertentangan dengan ketentuan syariah.⁵¹ fungsi pengelolaan dana di bank konvensional. Kecuali bahwa Bank Syariah.

D. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri

Bank syariah mandiri Jambi merupakan suatu lembaga perbankan yang berbentuk formal di dalamnya terdapat pimpinan dan karyanan dan. Agar Bank syariah mandiri cabang jambi terus dapat melaksanakan proses perbankan yang baik dan lancar untuk mencapai tujuan yang diinginkan perlu adanya suatu organisasi, dengan organisasi yang mantap Bank syariah mandiri cabang jambi akan dapat melakukan pembagian tugas yang merata kepada semua pihak.

⁵¹*Dokumentasi*, Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, Perkembangan Bank Syariah Mandiri Jambi, 10 April 2018

Gambar 3.1
Struktur Organisasi⁵²



Berdasarkan struktur organisasi tersebut akan diuraikan tugas masing-masing bagian, yaitu sebagai berikut:

1. *Branch Manager*

Branch manager adalah seorang manajer cabang eksekutif yang mengawasi divisi atau kantor bisnis besar atau organisasi.

2. BBRM (*Business Banking Relationship Manager*)

⁵² Dokumentasi Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi, 2018.

Business Banking Relationship Manager adalah pendekatan formal untuk memahami, mendefinisikan dan mendukung aktivitas inter-bisnis yang terkait dengan jaringan bisnis.

3. CBRM (*Customer Business Relationship Manager*)

Customer business relationship manager adalah mengoptimalkan proses layanan pelanggan dalam bidang penjualan, pemasaran, dan layanan produk atau jasa yang berkaitan dengan perusahaan.

4. CSE (*customer service executive*)

Customer service executive merupakan bertanggung jawab terhadap tim dan pekerja layanan pelanggan (*customer service*), mereka harus memastikan bahwa pelanggan menerima layanan terbaik dari perusahaan dan memastikan karyawan layanan pelanggan (CS) sepenuhnya terlatih.

5. CFE Admin (*consumer Founding executive*)

Consumer founding executive adalah suatu tugas untuk mencari/menghimpun dana atau merekrut konsumen/ nasabah untuk bank atau produk/jasa tempat ia bertugas.

6. AO (*Account Officer*)

Account Officer adalah pegawai/ karyawan yang bekerja perusahaan di bidang perkreditan. *Account Officer* memiliki peran penting dalam melakukan kegiatan pemasaran produk kredit ataupun produk perusahaan yang berkaitan dengan kredit.

7. HT (*Head Teller*)

Head teller merupakan kepala kasir yang tugasnya meliputi mengawasi kasir lain, mengawasi uang tunai di laci kasir, menyiapkan laporan kas harian untuk pembukuan, dan membantu kasir lain untuk menemukan selisih jika pada akhir debit dan kredit tidak seimbang.

8. Teller

Teller adalah petugas bank yang bertanggung jawab untuk menerima simpanan, mencairkan cek, dan memberikan jasa pelayanan perbankan lain kepada masyarakat.

9. CSO (*Costumer Service Office*)

Costumer Service Office adalah posisi pekerjaan yang menangani segala bentuk permasalahan yang dikeluhkan atau dialami konsumen mengenai produk barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

10. CS (*Costumer Service*)

Costumer Service adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan

11. GSS (*General Super Staff*)

General Super Staff adalah untuk mengkoordinasikan dan mengendalikan pengelolaan staff karyawan.

12. OB (*Office Boy*)

Office Boy adalah profesi pekerjaan di sebuah perusahaan atau kantor yang membantu karyawan dan staff untuk melakukan semua pekerjaan diluar

pekerjaan seorang karyawan dan staff untuk mendukung pelaksanaan tugas dan pekerjaan.

13. Security

Security adalah satuan kelompok petugas yang dibentuk oleh instansi untuk melakukan keamanan fisik dalam rangka penyelenggaraan keamanan di lingkungan kerjanya.

14. Driver

Driver adalah sopir atau pengemudi.

BAB IV

TEMUAN LAPANGAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri cabang Jambi

Strategi pemasaran merupakan kegiatan yang diterapkan oleh Manager agar tujuan perusahaan atau lembaga keuangan tercapai. Akibat semakin ketatnya persaingan di dunia perbankan Syariah, maka akan berdampak pada pendapatan atau omset bank Syariah itu sendiri. Untuk itu suatu bank Syariah dituntut memperluas *market shared*-nya agar tidak kalah dengan bank lain. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan strategi pemasaran yang efisien dan sesuai, untuk itu pemasaran menjadi suatu hal yang terpenting dalam menjalankan suatu usaha, sehingga tujuan-tujuan dari usaha tersebut dapat tercapai. Pemasaran juga harus didukung oleh kerja sama yang baik dari setiap komponen perusahaan tersebut, begitu juga yang dilakukan oleh di Bank Syariah Mandiri cabang Gatot Subroto Jambi.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu pegawai di Bank Syariah Mandiri cabang Gatot Subroto Jambi yang memberikan informasi sebagai berikut:

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh di Bank Syariah Mandiri Jambi khususnya pada produk Wadiah yaitu dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi

pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.⁵³

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Selain pemasaran produk Wadiah yang dipasarkan, Bank Syariah Mandiri Jambi sudah cukup lama berdiri dan gencar melakukan pemasaran produk Wadiah. Dalam hal ini peneliti mewawancarai salah satu pegawai Bank Syariah Mandiri yang memberikan keterangan mengenai produk Wadiah mulai diterapkan, ia memberikan keterangan sebagai berikut:

Bank Syariah Mandiri Jambi selalu meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk-produknya, hal terlihat dari berdirinya jangka waktu berdirinya Bank Syariah Mandiri yang cukup lama yaitu pada tanggal 11 November 1999, hal ini menunjukkan bahwa salah satu hal yang paling mendasar sangat diperlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya menarik minat nasabah agar dapat bertahan ataupun jumlahnya meningkat, maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk meraih kesempatan yang ada dengan sebaik-baiknya.⁵⁴

Pemasaran juga bisa dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Pertumbuhan jumlah bank Syariah terjadi seiring dengan meningkatnya kesadaran dan minat masyarakat untuk menabung di bank yang halal dan menentramkan. Setelah kehadiran fatwa MUI setiap bank Syariah yang ada dituntut mampu menangkap peningkatan *potential demand* atau permintaan potensial masyarakat dengan mengemas produk-produk syariahnya secara inovatif agar mampu memenuhi keinginan pasar.⁵⁵ Mengenai hal ini peneliti

⁵³Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁵⁴Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁵⁵Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

mewawancarai salah satu pegawai Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan keterangan sebagai berikut:

Meningkatnya minat nasabah terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi terlihat dari jumlah keseluruhan nasabah yang terhitung dari tahun 2007 sampai 2018 mencapai 6.179 nasabah, sedangkan nasabah yang menggunakan produk Wadiah sebanyak 145 nasabah, jumlah nasabah ini menunjukkan bahwa bank Syariah Mandiri sudah cukup memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya dalam mengupayakan produk Wadiah.⁵⁶

Begitu juga dengan Bank Syariah Mandiri Jambi yang selalu mengedepankan produk-produk yang inovatif untuk masyarakat. Seperti hasil wawancara peneliti dengan salah satu pegawai di Bank Syariah Mandiri Jambi yaitu sebagai berikut:

Bank Syariah Mandiri Jambi merupakan salah satu bank yang menawarkan fasilitas pembiayaan Wadiah dimana sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak yang lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendakinya, untuk itu Bank Syariah Mandiri Jambi perlu melakukan kebijakan dalam menghimpun dana masyarakat yang bersifat umum seperti tabungan dan deposito.⁵⁷

Konsep pemasaran merupakan faktor yang paling penting dalam mencapai keberhasilan suatu perusahaan, karena berorientasi pada kepuasan konsumen. Konsep pemasaran adalah kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan yaitu perusahaan tersebut harus menjadi yang lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomodasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang dipilih. Setiap usaha yang dilakukan bank dalam memasarkan produk-produknya yang bertujuan untuk meningkatkan sumber dana dengan menargetkan sejumlah

⁵⁶Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁵⁷Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

nasabah atau calon nasabah potensial sesuai dengan apa yang direncanakan merupakan bagian dari strategi pemasaran.

Salah satu komponen yang mendukung bidang pemasaran yaitu bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh suatu proses atau badan usaha. Strategi pemasaran yang diambil perusahaan dalam memasarkan produknya akan sangat mempengaruhi hasil yang diperoleh. Strategi pemasaran yang cocok harus disusun berdasarkan pandangan yang taktis, artinya strategi yang disusun bukan berdasarkan pada lingkungan yang bersih, jauh dari kebisingan, hanya buah pikiran para eksekutif yang sesungguhnya. Tetapi strategi yang handal harus disusun sesuai dengan situasi, menyangkut liku-liku pasar agar membuahkan hasil yang efektif di lapangan.⁵⁸

Untuk mencapai target pasar, diperlukan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Karena bagian inilah yang terlihat dipasar, oleh sebab itu Bank Syariah Mandiri Jambi sebagai marketing bagian *funding* menjelaskan pada dasarnya strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan Wadiah itu sama, yaitu strategi yang digunakan dengan menggunakan bauran pemasaran(*marketing mix*), secara keseluruhan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi memiliki beberapa strategi dalam pemasaran adalah sebagai berikut:

⁵⁸Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

1. Strategi Produk

Karena tujuan utama dari prinsip perbankan Syariah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional. Perbedaan utama terletak pada prinsip Syariahnya. Perusahaan ini juga melakukan beberapa strategi guna bersaing dengan bank konvensional dan Syariah lainnya.

Produk adalah setiap apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Ia meliputi benda fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan. Seperti hasil wawancara penulis dengan salah satu pegawai di Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan keterangan tentang produk, ia menjelaskan sebagai berikut:

Guna menjaga kualitas produk dari segi pelayanan maupun kepuasan nasabah juga menyiapkan sistem manajemen produk, dimana system manajemen ini adalah otoritas penuh dari Bank Syariah pusat, sehingga Bank Syariah cabang hanya menyesuaikan dengan kebijakan dari pusat. Dimana manajemen produk ini disesuaikan dengan keinginan nasabah, tuntutan jaman serta persaingan yang ada sehingga mutu dan kualitas merk tetap terjaga.⁵⁹

Guna menjawab tantangan yang ada, Bank Syariah Mandiri Jambi juga melakukan strategi berbagai produk, diantaranya mengeluarkan beberapa produk unggulan seperti tabungan haji arafah, tabungan umroh, tabungan prima, pembiayaan rumah, tabungan dana pensiun lembaga keuangan. Dari masing-masing produk tersebut memiliki keunggulan dan keunikan dibanding

⁵⁹Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

dengan pesaingnya. Sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran.⁶⁰ Seperti hasil wawancara peneliti dengan salah satu nasabah yang menggunakan produk Wadiah, ia memberikan keterangan sebagai berikut:

Saya sebagai nasabah Bank Syariah Mandiri Jambi memang sudah lama menggunakan produk ini, karena menurut saya sistem produk yang ditawarkan khususnya produk Wadiah ini berbeda dengan produk tabungan yang ada pada bank yang bukan berbasis Syariah, salah satu keunggulannya misalnya potongan bunga yang dibebankan kepada nasabah terlalu tinggi pada bank konvensional tetapi pada Bank Syariah Mandiri tidak berlaku hal tersebut.⁶¹

Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat didalam karakteristik produk, diantaranya produk dapat dibuka oleh perorangan atau pribadi, imbalan diberikan dalam bentuk bagi hasil atas penggunaan dana tersebut secara Syariah dan dapat dilakukan autodebet untuk setoran bulanan.⁶² Wawancara peneliti dengan salah satu pegawai di Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan keterangan sebagai berikut:

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang memiliki nilai suatu pasar sasaran, dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Begitu juga dengan produk *wadiah* yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri Jambi, disini menawarkan kepada masyarakat bahwa menabung dan menyimpan dana itu memiliki banyak manfaat. Misalnya saja apabila kita membutuhkan uang untuk keperluan yang mendadak, kita bisa mengambilnya setiap saat.⁶³

Wadiah adalah titipan nasabah yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat apabila nasabah bersangkutan menghendaki. Bank Syariah Mandiri Jambi

⁶⁰Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁶¹Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁶²Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁶³Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

bertanggung jawab atas pengembalian titipan. Produk Wadiah adalah titipan barang atau harta yang diamanatkan kepada orang lain untuk dijaga tetapi sipenerima titipan boleh menggunakan barang atau harta tersebut untuk dikelola supaya mendapatkan keuntungan dari barang atau harta yang telah dikelola tersebut. Dalam kerangka penyerahan dana wadiah ini, atas seizin Bank Syariah Mandiri Jambi dapat mengelola titipan dalam tujuan komersial, sehingga bila kemudian diperoleh keuntungan, Bank Syariah Mandiri Jambi dapat memberikan bonus yang sebesar-besarnya tidak boleh ditetapkan secara pasti dimuka dengan dikalkulasi angka-angka rupiah atau prosentase atas nilai pokok dana wadiah.⁶⁴

Di dalam kondisi persaingan, sangat berbahaya bagi suatu perusahaan bila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk mengembangkannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan *share* pasarnya, perlu mengadakan usaha menyempurnakan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju, sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan sekaligus dapat

⁶⁴Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang, melalui peningkatan penjualan dan peningkatan *share* pasar.⁶⁵

2. Strategi Harga

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi secara produk dan pelayanan yang menyertainya. Suatu tingkat harga dapat memberikan pengaruh yang tidak sedikit baik didalam perekonomian maupun didalam perusahaan. Dalam perekonomian, harga pasar dari sebuah barang dapat mempengaruhi tingkat upah, sewa, bunga, dan laba atas pembayaran faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, upah, modal, dan lain-lain.

Sedangkan dalam perusahaan, harga merupakan penentu bagi permintaan pasarnya, harga memberikan hasil maksimal dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih, harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan mempengaruhi *market share* nya. Dalam dunia perbankan konvensional yang dimaksud dengan harga adalah bunga. Wawancara peneliti dengan salah satu pegawai di Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan informasi sebagai berikut:

Dalam menentukan harga jual baik yang berupa akad maupun saldo minimal setoran awal, Bank Syariah Mandiri Jambi menerapkan berbagai strategi, yaitu penerapan harga lebih murah dari pada bank lain. Karena menurut Bank Syariah Mandiri Jambi melalui manajemen pusatnya bahwa persaingan dunia perbankan khususnya perbankan syariah cukup tinggi dan merupakan suatu kecenderungan maka Bank Syariah Mandiri Jambi menerapkan harga sama

⁶⁵Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

dengan para pesaing untuk produk-produk standar misalnya tabungan Wadiah setoran minimal awal Rp. 100.000.⁶⁶

Harga merupakan satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting, masih banyak perusahaan yang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, tingkat keuntungan, serta *share* pasar yang dapat oleh perusahaan. Penetapan strategi pemasaran tabungan pada Bank Syariah Mandiri Jambi dari segi harga sebagai pengembalian modal adalah berupa sistem bagi hasil dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Bagi hasil merupakan kebijakan yang diberikan oleh pihak bank sesuai kesepakatan bersama (antara bank dan nasabah).⁶⁷ Seperti hasil wawancara peneliti dengan salah satu pegawai di Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan keterangan tentang sistem bagi hasil, yaitu sebagai berikut:

Bank Syariah Mandiri Jambi, sistem bagi hasil tersebut perlu dikomunikasikan secara intensif guna menumbuhkan pemahaman yang mendalam mengenai sistem operasionalnya, harga ada tiga macam yaitu: harga beli, harga jual dan biaya yang dibebankan kepada para nasabahnya. Harga beli adalah bunga yang dibagikan kepada nasabah yang memiliki simpanan seperti giro, tabungan dan deposito sedangkan harga jual adalah bunga yang dibebankan kepada penerima kredit atau pembiayaan. Adapun biaya ditentukan kepada berbagai jenis jasa yang ditawarkan.⁶⁸

Keuntungan yang diperoleh nasabah pada tabungan tergantung pada jumlah saldo rata-rata yang terdapat dalam satu bulan dan tergantung pada keuntungan

⁶⁶Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁶⁷Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁶⁸Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

yang diperoleh bank atas pengelolaan dana tersebut. Dengan demikian, keuntungan yang akan diperoleh nasabah tabungan selain rasa aman dan rasa was-was akan riba yang disebabkan oleh pemberian suku bunga nasabah juga akan mendapatkan keuntungan bagi hasil. Penerapan strategi harga pemasaran produk dari segi harga dapat dilihat dari pengembalian modal atau bagi hasil, sistem bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara bagi hasil usaha antara penyedia dana dan pengelola dana, adapun bagi hasil yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi adalah 40 banding 60,⁶⁹ seperti hasil wawancara penulis dengan salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan keterangan sebagai berikut:

Harga yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi kepada nasabah memang cukup murah, harga seperti daftar harga, potongan harga, syarat kredit dan periode pembayaran tidak dipersulit dalam prosesnya, untuk pembukaan rekening harga di Bank Syariah Mandiri Jambi sangatlah murah hanya dengan Rp. 20.000,- nasabah sudah bisa membuka rekening tabungan dan untuk rekening giro Rp. 500.000,- (perorangan) dan Rp. 1.000.000,- (perusahaan) nasabah sudah bisa membuka giro Bank Syariah Mandiri.⁷⁰

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha. Seperti telah diutarakan di atas, dengan penetapan harga perusahaan dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkannya. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan, dari sudut pandang

⁶⁹Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁷⁰Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atas penggunaan suatu barang atau jasa.

3. Strategi Distribusi dan Lokasi

Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Oleh karena itu, kebijakan penyaluran merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran (*marketing channels*) dan distribusi (*physical distribution*).

Bank Syariah Mandiri Jambi sebagai lembaga Perbankan yang berbasis Syariah juga melakukan strategi distribusi untuk melakukan kegiatan penyaluran,⁷¹ seperti keterangan salah satu pegawai Bank Syariah Mandiri yaitu sebagai berikut:

Untuk mempermudah pelanggan memperoleh akses pelayanan Bank Syariah Mandiri Jambi, saat ini bank yang berbasis Syariah tengah gencar-gencarnya membuka kantor-kantor cabang diseluruh wilayah. Dimana setiap kantor cabang Bank Syariah Mandiri memperluas jangkauan pasar dengan membuka Unit Pelayanan Cabang Syariah (UPCS) ditempat-tempat strategis, seperti di wilayah pusat perbelanjaan. Dimana Bank Syariah Mandiri akan terus memantau dan mengevaluasi penambahan *outletnya*.⁷²

Berhasil tidaknya usaha pemasaran atau penjualan sangat tergantung pada cara penyaluran yang digunakan dan kelancarannya. Distribusi atau penyaluran

⁷¹Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁷²Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

yang diartikan sebagai proses penyampaian atau pengalirannya suatu produk dari sumber yaitu produsen, sampai ketempat tujuan atau ketempat konsumen. Selanjutnya hasil wawancara peneliti dengan salah satu customer Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan keterangan sebagai berikut:

Selain perluasan jangkauan pasar Bank Syariah Mandiri Jambi juga melakukan penyesuaian keberadaan Bank Syariah Mandiri dengan cara mengkonversi cabang Bank Syariah Mandiri sesuai dengan kebutuhan masyarakat sekitar, sehingga proses pendistribusian atau penyaluran secara langsung dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat selaku nasabah.⁷³

Berdasarkan pengamatan peneliti Bank Syariah mandiri Jambi dalam melakukan distribusi atau penyaluran produk Wadiah strategi distribusi yang dilakukan adalah dengan cara melakukan penambahan unit pelayanan di cabang-cabang serta Unit pelayanan cabang Bank Syariah Mandiri yang ditunjuk. Dalam hal ini, pihak Bank Syariah Mandiri Jambi terus memantau dan mengevaluasi realisasi seluruh pembiayaan khususnya pada pembiayaan Wadiah, agar sesuai dengan tujuan dari produk Wadiah itu sendiri.⁷⁴ Mengenai hal ini peneliti mewawancarai salah satu nasabah yang menjelaskan tentang lokasi Bank Syariah Mandiri Jambi, ia mengatakan:

Lokasi Bank Syariah Mandiri Jambi cukup strategis karena berada di tengah-tengah kota dan tidak sulit untuk dijangkau, jika lokasi bank agar sulit dijangkau tentunya kami akan kesulitan jika ada kebutuhan di bank, Bank Syariah Mandiri juga sudah memiliki beberapa cabang sehingga lebih memudahkan kami sebagai nasabah jika ada keperluan di bank tersebut, dengan adanya lokasi yang cukup strategis tentunya akan mempermudah kami dalam menggunakan produk-produknya.⁷⁵

⁷³Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁷⁴Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁷⁵Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

Selain melakukan pendistribusian, Bank Syariah Mandiri Jambi juga melakukan penentuan lokasi. Bank Syariah Mandiri Jambi melakukan pemilihan lokasi karena mengingat lokasi untuk operasional sangat mempengaruhi biaya, baik biaya tetap maupun biaya variable. Lokasi sangat mempengaruhi resiko dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi perusahaan.

Keputusan lokasi merupakan keputusan jangka panjang, susah sekali untuk direvisi, mempunyai efek pada biaya tetap maupun variable seperti biaya transportasi, pajak, upah, sewa dan lain-lain. Dengan kata lain tujuan strategi lokasi adalah memaksimalkan manfaat lokasi bagi perusahaan. Pilihan-pilihan yang ada dalam lokasi meliputi: tidak pindah, tetapi meluaskan fasilitas yang ada, mempertahankan lokasi yang sekarang, selagi menambah fasilitas lain di tempat lain dan menutup fasilitas yang ada dan pindah ke lokasi lain. Seperti hasil wawancara penulis dengan salah satu pegawai Bank Syariah Mandiri Jambi yaitu sebagai berikut:

Bank Syariah Mandiri Jambi sebagai salah satu perusahaan yang merupakan tempat untuk melakukan suatu proses produk atau jasa yang kemudian akan didistribusikan kepada para nasabah dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat memiliki tata letak dan kedudukannya dimana Bank melakukan aktivitas operasi perusahaan.⁷⁶

Kedudukan Bank Syariah Mandiri merupakan tempat kantor pusat sebagai salah satu perusahaan, sedangkan tata letak Bank Syariah sebagai salah satu

⁷⁶Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

perusahaan ialah tempat dimana Bank Syariah Mandiri melakukan aktivitas operasi atau tempat melakukan kegiatan fisik untuk menciptakan suatu barang yang nantinya akan dijual oleh Bank Syariah Mandiri tersebut. Memilih lokasi menjadi semakin rumit dengan adanya globalisasi tempat kerja.⁷⁷ Menanggapi hal tersebut, salah satu pegawai di Bank Syariah Mandiri Jambi memberikan keterangan sebagai berikut:

Penentuan lokasi untuk Bank Syariah Mandiri Jambi merupakan hal yang penting dalam mendirikan suatu Bank. Karena semakin strategis lokasi tersebut maka semakin memberikan dampak yang baik untuk bank seperti menambah pendapatan, menambah nasabah, dan sebagainya. Apabila bank tepat dalam menentukan lokasinya, tentu hal tersebut akan memberikan dampak positif bagi bank itu sendiri seperti meningkatnya pendapatan, dan sebagainya. Namun, jika bank salah dalam menentukan lokasinya, hal tersebut justru akan memberikan dampak yang negatif seperti rendahnya daya jual, menurunnya pendapatan, bahkan yang lebih parah bank tersebut bisa mengalami kegagalan dalam bisnisnya.⁷⁸

Kemampuan masyarakat dalam menabung juga perlu diperhatikan, karena apabila kemampuan masyarakat tidak sesuai dengan target bank, bisa jadi produk tersebut tidak akan terjual karena kurangnya kemampuan masyarakat untuk menabung di bank Syariah. Kemudahan untuk akses transportasi dalam penentuan lokasi juga penting karena nasabah tentu akan memikirkan bagaimana cara mereka untuk sampai ke tempat yang akan di tuju nantinya, apakah mudah atau sulit. Karena jika akses transportasi saja sudah susah, ketertarikan nasabah pun dapat berkurang.

⁷⁷Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁷⁸Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

Lokasi Bank Syariah Mandiri Jambi ini terletak di Pusat Kota Jambi yaitu tepatnya di wilayah perbelanjaan pasar Kota Jambi, letak Bank Syariah Mandiri Jambi berada di tengah-tengah wilayah Kota sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat dengan menggunakan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Sasaran Bank Syariah Mandiri Jambi yaitu Masyarakat sekitar Kota Jambi.⁷⁹

Rendahnya distribusi produk dikarenakan kurangnya nasabah yang ada disekitar lokasi tersebut, atau juga bisa disebabkan kurangnya kemampuan masyarakat disekitar lokasi untuk mengkonsumsi produk bank. Rendahnya distribusi produk ini pun dapat mengakibatkan penurunan dalam pendapatan karena jumlah produk yang ditawarkan lebih besar dari jumlah produk yang dimanfaatkan oleh nasabah, bahkan jika terus dibiarkan, aktivitas produksi bank bisa dihentikan.

Salah satu strategi bisnis adalah pemilihan lokasi dimana dalam pelaksanaannya pihak bank harus mempertimbangkan beberapa faktor. Strategi pemilihan lokasi bank yang berdekatan dengan sasaran/target pasar bertujuan memudahkan nasabah dalam menggunakan produk yang ditawarkan. Disamping dekat dengan target pasar, pemilihan lokasi bank juga perlu mempertimbangkan keberadaan infra-struktur yang dibutuhkan dalam menjalankan bank tersebut.

4. Strategi Promosi

Produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan dan tempat (lokasi dan layout sudah disediakan), artinya produk sudah benar-benar siap untuk dijual. promosi merupakan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan

⁷⁹Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

kegiatan yang sama penting dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga, dan distribusi. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Menanggapi mengenai kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi, penulis mewawancarai salah satu pegawai bank yang memberikan keterangan sebagai berikut:

Kegiatan promosi atau komunikasi pemasaran terdiri atas empat sarana atau alat yang penting yakni : periklanan (*advertising*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*). Dalam menghadapi persaingan Bank Syariah Mandiri Jambi juga melakukan promosi. Sarana promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi dalam memasarkan produk tabungan Wadiah juga menggunakan periklanan (*advertising*), publisitas (*publicity*), dan penjualan pribadi (*personal selling*).⁸⁰

Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (*attention*), menciptakan dan menumbuhkan keinginan (*desire*), serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sejumlah strategi promosi mencoba membangun permintaan primer. Sedangkan sebagian besar strategi promosi berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu.

Strategi yang ditempuh oleh Bank Syariah Mandiri Jambi adalah strategi dalam menjual produk agar didapat hasil volume penjualan sebanyak mungkin atau semaksimal mungkin, dengan memperhatikan kepuasan nasabah. Dalam

⁸⁰Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

hal ini yang berkaitan dengan strategi yang diterapkan adalah strategi promotion mix.⁸¹

a. Periklanan (*Advertising*)

Promosi melalui iklan merupakan usaha yang dilakukan pasar untuk mempengaruhi pihak lain agar berpartisipasi dalam kegiatan pertukaran melalui iklan. Promosi tindakan menginformasikan atau mengingatkan tentang spesifikasi produk atau merek. Seperti yang dijelaskan oleh pegawai Bank Syariah Mandiri Jambi sebagai berikut:

Iklan adalah setiap bentuk penyajian dan promosi bukan pribadi akan gagasan, barang atau jasa yang dibayar oleh sebuah sponsor tertentu. Bank Syariah Mandiri cukup memaksimalkan kegiatan promosi dalam bentuk periklanan sebagai suatu cara yang paling efektif dan diminati oleh masyarakat umum, dengan alasan Bank Syariah Mandiri Jambi memberikan porsi yang lebih besar karena memang ada anggaran untuk kegiatan iklan.⁸²

Meskipun yang menjadi sasaran mereka adalah nasabah dari semua kalangan. Promosi melalui iklan sangat difokuskan pada media yang merupakan media pasar sasaran tabungan *haji*. Berikut ini akan dipaparkan beberapa media periklanan yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi dalam memasarkan produk Wadiah.⁸³ Seperti hasil wawancara peneliti dengan nasabah yang memiliki alasan memilih menggunakan produk Wadiah karena melihat iklan dari Bank Syariah Mandiri Jambi, ia mengatakan:

⁸¹Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

⁸²Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁸³Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

Sebelum saya memutuskan untuk menjadi nasabah bank memang banyak yang saya pertimbangkan, terutama produk yang akan saya manfaatkan, setelah saya melihat beberapa iklan dan saran dari teman yang terlebih dulu menjadi nasabah saya tertarik menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, karena iklan yang disajikan untuk masyarakat cukup sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, iklan yang disajikan juga bisa meyakinkan saya bahwa bank Syariah Mandiri Jambi memang memiliki produk yang berkualitas.⁸⁴

Media cetak merupakan suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual dalam melaksanakan fungsinya sebagai media penyampaian informasi. Media cetak yang digunakan Bank Syariah Mandiri Jambi adalah melalui majalah Koran dan tabloid. Selain itu, pemasangan gambar-gambar, poster, spanduk, brosur, dan lain-lain ditempat tertentu. seperti hasil wawancara peneliti dengan salah satu pegawai Bank Syariah Mandiri Jambi yaitu sebagai berikut:

Bank Syariah Mandiri Jambi menggunakan spanduk yang dipasang di tempat-tempat yang banyak dikunjungi masyarakat umum seperti dipusat kota, perguruan tinggi, majelis taklim, pedagang baik pengusaha kecil, menengah dan pedagang besar. Sedangkan brosur yang diberikan kepada setiap nasabah yang datang ke bank, bentuk brosur harus tampil semenarik mungkin yaitu dengan susunan *lay out* brosur yang menggunakan tata warna, disain, kata-kata, dan grafis yang baik agar menimbulkan kesan eksklusif sehingga konsumen tertarik untuk membacanya.⁸⁵

Mengenai strategi promosi yang dijelaskan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Jambi, salah satunya dilakukan dengan menggunakan media iklan juga dibenarkan oleh salah satu nasabah, berikut keterangannya:

⁸⁴Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁸⁵Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

Saya sering diberi brosur tentang Bank Syariah Mandiri ketika berada di tempat umum, dari brosur-brosur tersebut memang terlihat jelas promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri, oleh karena itu selain melalui iklan yang ada di media, brosur jga membantu saya mendapatkan informasi yang lebih lengkap mengenai produk-produk Bank Syariah Mandiri Jambi.

Iklan dalam bentuk Brosur yang digunakan Bank Syariah Mandiri Jambi memuat tentang persyaratan, produk, keuntungan, dan keistimewaan serta fasilitas-fasilitas yang diberikan. Dengan demikian, para nasabah atau calon nasabah dapat mengenal dan mengetahui produk yang dipilihnya berdasarkan informasi yang didapatkan dari brosur tersebut. Peranan brosur untuk mempromosikan produk dan jasa Bank Syariah Mandiri Jambi terlihat cukup efisien, karena keberadaan brosur dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi cukup berperan bagi peningkatan pendapatan. Media Elektronik juga dimanfaatkan Bank Syariah Mandiri Jambi untuk melakukan promosi produk dimana melalui televisi, radio, dan Internet. Dalam strateginya Bank Syariah Mandiri Jambi menggunakan media elektronik dalam rangka mengiklankan produk-produk dan jasanya.⁸⁶

b. Publisitas (*Publicity*)

Promosi menggunakan Publisitas (*Publicity*) merupakan suatu rangsangan permintaan bukan pribadi atas produk, jasa atau satuan bisnis dengan memasang berita yang signifikan secara komersial mengenai produk, jasa,

⁸⁶Observasi oleh Peneliti tetang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

atau satuan bisnis pada media cetak atau dengan memperoleh penyajian yang menarik melalui televisi atau pentas yang tidak dibayar oleh sponsor.

Promosi menggunakan Publisitas (*Publicity*) yang sering dilakukan Bank Syariah Mandiri Jambi melalui Publisitas dapat berupa seminar, pidato, pertemuan dengan pers, laporan tahunan, kegiatan olahraga dan sebagainya. Kegiatan publisitas yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi adalah dengan cara mengundang masyarakat baik nasabah langsung atau tidak dengan pembicara-pembicara terkenal yang diselenggarakan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi dengan tujuan dapat menambah wawasan bagi nasabah dan calon nasabah untuk mengenal dan mengetahui produk yang ditawarkan. Selain itu, Bank Syariah Mandiri Jambi juga membuat laporan tahunan yang bertujuan untuk memberikan informasi secara detail mengenai sistem operasional produk-produk dan jasa yang ditawarkan serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi berupa keuangan maupun yang lainnya pada tiap tahunnya.⁸⁷

c. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Promosi dengan menggunakan penjualan Pribadi (*Personal Selling*) merupakan penyajian lisan dalam pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli dengan tujuan melaksanakan pembelian. Seperti keterangan salah satu pegawai Bank Syariah Mandiri Jambi yang memberikan keterangan sebagai berikut:

⁸⁷Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Jambi melalui kegiatan-kegiatan sosial dan seremonial khas daerah setempat seperti kegiatan keagamaan atau peringatan hari besar Islam, atau dengan mengadakan silaturahmi ke berbagai tempat seperti sekolah, pondok pesantren, majelis taklim, dan lembaga-lembaga pendidikan baik formal maupun non formal dalam rangka memperkenalkan keberadaan Bank Syariah Mandiri Jambi serta produk-produk yang ditawarkannya.⁸⁸

Promosi menggunakan penjualan Pribadi (*Personal Selling*) dengan cara melakukan pendekatan secara personal kepada calon nasabah potensial. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Jambi melalui kegiatan *personal selling* antara lain: melalui kegiatan sosial yakni dengan ikut serta atau partisipasi Bank Syariah Mandiri Jambi pada kegiatan-kegiatan sosial.

Program *personal selling* dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Jambi dengan menempatkan tenaga pemasar turun langsung ke lokasi dan bertatap muka langsung dengan calon anggota. Bank Syariah Mandiri Jambi lebih mengacu pada strategi *promotion mix personal selling*, dikarenakan bauran promosi ini dirasa lebih efektif untuk langsung memilih target calon anggota, meyakinkan pembeli dan membangun tindakan pembelian. Dengan bertatap langsung dengan calon anggota, tenaga pemasar akan dirasa lebih mudah untuk mempengaruhi minat calon anggota untuk bergabung.⁸⁹

Penjualan personal merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan calon anggota atau pembeli dengan tujuan melakukan penjualan. Dalam

⁸⁸Wawancara oleh Peneliti dengan Responden Penelitian, April 2018

⁸⁹Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

presentasi terjadi interaksi langsung antara tenaga pemasar dengan calon anggota. Interaksi ini akan berpengaruh kepada apakah calon anggota akan memutuskan untuk bergabung, atau sebaliknya ketika marketing tidak tepat pada calon anggota target pasar dan tidak dapat menawarkan solusi yang tepat. Maka tenaga pemasar harus pintar menguasai materi atau informasi tentang produk Wadiah, di karenakan pada saat memasarkan marketing akan segera tahu reaksi anggotanya, jika anggota merasa kurang minat maka marketing menjelaskan lebih dalam tentang produk Wadiah.⁹⁰

Promosi adalah upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan, promosi juga merupakan proses menginformasikan, membujuk, dan mempengaruhi suatu keputusan pembelian, promosi juga merupakan cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang di tawarkan supaya konsumen mengenal dan membeli. Tujuan promosi mengakibatkan keinginan para konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dihasilkan. Oleh sebab itu, harus di usahakan bagaimana mempengaruhi berfikir konsumen akhir meyakinkan pembeli. Sedangkan kata promosi harus baik dan menarik, sehingga memberi kesan bahwa pembeli tidak menghendaki produk yang lain selain dari barang yang ditawarkan kepadanya.

Setiap bank Syariah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Didalam menawarkan produknya maka terjadi persaingan antara bank-bank Syariah sehingga perlu

⁹⁰Observasi oleh Peneliti tentang Produk Wadiah di Bank Syariah Mandiri Jambi, April 2018

adanya strategi didalam pemasaran masing-masing bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan, disamping itu strategi pemasaran yang harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar.

B. Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah di BSM Jambi

a. Produk tabungan wadi'ah di BSM Jambi ada tiga macam yaitu:

1. Tabungan simpatik BSM

Tabungan simpatik BSM adalah media penyimpanan dana masyarakat dalam valuta rupiah, yang dikelola berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*, Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* ini penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati atau kapan saja dengan mendapatkan hasil yang menguntungkan dari hasil usaha BSM Jambi. Dengan setoran awal minimal Rp. 20.000, (tanpa ATM) DAN Rp. 30.000, (dengan ATM) nasabah dapat membuka rekening tabungan simpatik BSM.

- a. Syarat-syarat pembukaan rekening tabungan simpatik BSM
 - i. Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.
 - ii. Menyerahkan setoran awal minimum Rp. 20.000
- i. Ketentuan umum
 - i. Tabungan simpatik BSM diperuntukan bagi seluruh masyarakat.
 - ii. Setipa penabung perorangan berhak mendapat buku tabungan simpatik BSM.
 - iii. Pemilik rekening tabungan telah berusia 17 tahun atau telah menikah.
 - iv. Bila terdapat saldo antara buku tabungan dengan catatan pembukuan bank, maka yang dianggap sah adalah saldo yang tercatat dalam pembukuan bank.
- j. Penyetoran, pengambilan, dan penutupan rekening
 - i. Setoran awal minimum Rp. 20.000, (tanpa ATM) dan setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000
 - ii. Saldo minimal Rp. 20.000, dan biaya administrasi Rp. 2.000, per rekening perbulan atau sebesar bonus bulanan (tidak mengurangi saldo minimum)
 - iii. Penutupan rekening tabungan simpatik BSM dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 10.000
- k. Pemberian imbalan bonus
 - i. Tidak ada imbalan yang dipersyaratkan

- ii. BSM akan memberikan imbalan atau bonus secara suka rela kepada penabung yang besarnya ditentukan oleh bank setiap akhir bulan, yang dimasukkan langsung pada tabungan simpatik BSM.

2. Tabunganku

Tabunganku merupakan tabungan berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yad dhamanah* tabungan ini diperuntukan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, manfaat tabunganku adalah aman dan terjamin dan online di seluruh outlet BSM kemudian bonus wadi'ah diberikan sesuai kebijakan bank.

- a. Syarat pembukaan rekening TabunganKu
 - i. Kartu identitas (KTP/SIM/Paspr) nasabah.
 - ii. Menyerahkan setoran awal minimum Rp. 20.000, (tanpa ATM) dan Rp. 30.000, (dengan ATM).
- b. Ketentuan umum
 - i. Tabunganku diperuntukan bagi seluruh lapisan masyarakat.
 - ii. Setiap penabung perorangan berhak mendapat bukutabunganku BSM.
 - iii. Pemilik rekening tabungan telah berusia 17 tahun atau telah menikah.
- c. Penyetoran, pengambilan, dan penutupan rekening

- i. Setoran awal minimum Rp. 20.000, (tanpa ATM) dan Rp. 30.000, (dengan ATM).
- ii. Setoran minimumnya Rp. 10.000
- iii. Biaya penutupan rekening atas permintaan nasabah Rp. 20.000.

3. Giro BSM

Giro BSM adalah sarana penyimpanan dana mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*. Yakni nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi yang disertai hak mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil dari keuntungan pengelolaan dana tersebut.

a. Manfaat Giro BSM

- i. Dana aman dan tersedia setiap saat.
- ii. Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek.
- iii. Fasilitas intercity clearing untuk kecepatan bayar inkaso (kliring antar wilayah).

b. Syarat pembukaan Giro BSM

- i. Perorangan : Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor).
- ii. Perusahaan : Kartu Identitas Pengurus, Akte pendirian, SIUP dan NPWP.

c. Karakteristik Giro BSM

- i. Setoran awal minimum Rp. 500.000, (perorangan) dan Rp. 1.000.000, (perusahaan).
- ii. Saldo minimum Rp. 500.000, (perorangan) dan Rp. 1.000.000 (perusahaan).
- iii. Biaya administrasi bulanan untuk perorangan Rp. 10.000, sedangkan untuk perusahaan Rp. 15.000
- iv. Biaya tutup rekening Rp. 30.000
- v. Biaya administrasi cek Rp. 100.000

Perkembangan produk tabungan wadi'ah di BSM Jambi BSM Jambi merupakan salah satu kantor cabang yang berdiri pada tanggal 11 November 1999. Seiring berjalannya waktu dan semakin meningkatnya jumlah nasabah di BSM Jambi berakibat pada meningkatnya jumlah dana yang masuk dari produk simpanan yang ditawarkan.

Dalam penelitian perkembangan tabungan selama tahun 2007 sampai 2018, BSM Jambi meningkatkan penghimpun dana pihak ketiga dari produk tabungangan wadi'ah. Dari data perbandingan dana yang berhasil dihimpun oleh BSM dapat di ketahui hasil pendapatan produk tabungan simpatik, TabungaKu, danGiro BSM sebagai berikut:

Tabel 2.1

Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah

No	Jenis Produk	Jumlah Nasabah
----	--------------	----------------

1	Tabungan Simpatik	3.917
2	Tabunganku	1.506
3	Giro BSM	755

Sumber Data: Data di olah dari Bank Syariah Mandiri Jambi

Dari keterangan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa perkembangan produk tabungan wadiah mengalami kenaikan yang signifikan yang menandakan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan berjalan dengan baik sehingga produk tabungan wadiah dapat memberikan keuntungan kepada BSM Jambi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi pemasaran produk tabungan Wadiah di Bank Syariah Mandiri cabang Gatot Subroto Jambi dilakukan dengan beberapa strategi yang mengacu pada marketing Mix yaitu dengan menerapkan strategi meningkatkan kualitas produk, mengatur strategi harga, memaksimalkan strategi distribusi dan lokasi serta melakukan strategi promosi dengan beberapa langkah diantaranya melalui periklanan (*advertising*), menerapkan publisitas (*publicity*) dan melakukan penjualan pribadi (*personal selling*).
2. Produk tabungan wadiah pada Bank Syariah Jambi ada tiga macam yaitu: Tabungan simpatik BSM yaitu media dana masyarakat dalam valuta rupiah, yang dikelola berdasarkan prinsip wadi'ah yang dhamanah, Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang dhamanah ini penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati. Tabunganku merupakan tabungan berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadi'ah yang dhamanah tabungan ini diperuntukan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan. Giro BSM yaitu adalah sarana penyimpanan dana mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadi'ah yang dhamanah.

B. Saran-Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis mencoba memberikan saran yang berhubungan dengan hasil penelitian yang dilakukan. Adapun saran dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Meningkatkan strategi pemasaran produk-produk yang di tawarkan Bank Syariah Mandiri Jambi guna meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Bank Syariah khususnya produk tabungan wadiah dengan memberikan penyuluhan kepada masyarakat tentang keunggulan-keunggulan apa saja yang ada pada produk-produk Bank Syariah Mandiri Jambi khususnya.
2. Bank Syariah Mandiri Jambi seyogyanya lebih kompetitif dalam memasarkan produk Wadiah agar masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan layanan bank. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk dapat meningkatkan pendapatan pada Bank Syariah Mandiri Jambi adalah dengan membuka cabang-cabang seluruh wilayah khususnya di daerah Propinsi Jambi.
3. Bank Syariah Mandiri Jambi untuk kedepan dapat meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih lengkap, manajemen yang lebih mantap sehingga dapat bersaing dengan bank-bank lainnya dan yang terpenting visi dan misi Bank Syariah Mandiri Jambi dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Muhammad Dwiono, *Selamat Tinggal Bank Konvensional*, Bandung: Tifa Publishing House, 2008
- Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam: Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara dan Pasar*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Ahmad Roziq, *Buku Cerdas Investasi dan Transaksi Syariah*, Jakarta: Tramedia, 2012
- Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group, 2010
- Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2008
- Gunawan Sumodiningrat, *Mewujudkan Kesejahteraan Bangsa Menanggulangi Kemiskinan Dengan Prinsip Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2009
- Hasan Aedy, *Indahnya Ekonomi Islam*, Bandung: Alfabeta, 2007
- Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: Remaja Rosda Karya: 2011
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, Jakarta: Gaung Persada Pers, 2008
- J.David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, edisi revisi, Yogyakarta: Andi Yogyakarta: 2003
- Lexy J Moleong, *Methodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2004
- Lutfi Hamidi, *Jejak-Jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta: Senayan Abadi Publising, 2009
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010

- Muhammad Abdulkadir, *Hukum Asuransi Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007
- Muhammad Nafik, *Perbandingan Sistem Bunga dengan Bagi Hasil dan Dampaknya pada Perekonomian*, Surabaya : Amanah Pustaka, 2009
- Mukhtar, *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*, Jakarta: GP Press Group, 2013
- Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, Jawa Timur, Anggota IKAPI, 2013
- M. Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, Jakarta: Gema Insani Press, 2007
- Ronny Kountur, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, Jakarta: PPM, 2007
- Subandi, *Sitem Ekonomi Indonesia*, Bandung: Alfabeta: 2011
- Trisadini dan Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, dalam Zainul Arifin: *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013
- Wirjono Prodjodikoro, *Hukum Asuransi dan Perusahaan Asuransi*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008



KEMENTERIAAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS ISLAM
Jl. Arif Rahman Hakim No. 1 Telanaipura Jambi 36122
Telp./Fax (0741) 583183 – 584118 website: iainjambi.ac.id

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Cyntia Piramita

Jurusan : Ekonomi Syariah

NIM : SES 141254

Semester : IX (Sembilan)

No	Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan	Paraf Pembimbing	Paraf Ketua Jurusan	Tanggal Verifikasi
	26/ Juni 2018	Latar Belakang	[Signature]	[Signature]	
	4/ JULI 2018	Metode Penelitian	[Signature]	[Signature]	
	26/ JULI 2018	Penelitian terdahulu	[Signature]	[Signature]	
	27/ AGUSTUS 2018	Wawancara di tamban	[Signature]	[Signature]	
	29/ AGUSTUS 2018	Daftar Pustaka	[Signature]	[Signature]	
	31/ AGUSTUS 2018	Catatan kaki	[Signature]	[Signature]	

Catatan:

1. Setiap sesudah bimbingan dengan Dosen Pembimbing, mahasiswa meminta paraf Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
2. Rentang waktu antara bimbingan pertama dan seterusnya minimal 2 hari.
3. Total jumlah bimbingan minimal 6 kali (3x Pembimbing I dan 3x Pembimbing II).

SURAT KETERANGAN

No. 20/2218-3/035

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan di Jalan Jend. Gatot Subroto No. 127 A-B Kelurahan Sungai Asam Kecamatan Pasar Jambi, dengan ini menerangkan bahwa :

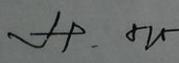
Nama : Cyntia Paramita
NIM : SES141254
Jurusan : Ekonomi Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Mandiri – Kantor Cabang Jambi dengan judul skripsi “Strategi pemasaran dan kendala perkembangan produk tabungan wadiah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jambi”.

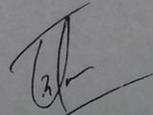
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, 08 Juni 2018

PT BANK SYARIAH MANDIRI
BRANCH OFFICE JAMBI


mandiri
syariah
Area Jambi

Hermansyah
Branch Manager



Taupan Ardyansyah
AOS Manager

CURRICULUM VITAE



A. Identitas Diri

Nama :Cyintia Paramita
Jenis Kelamin :Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir :Ds. Baru Pkl Jambu, 14 Agustus 1996
NIM :141254
Alamat : Ds. Baru Pkl Jambu, Kec. Pangkalan Jambu Prov.
Jambi
No. Telpon :085346876196
Nama Ayah :Naspendri
Nama ibu :Parida

B. Riwayat Pendidikan

1. SD, Tahun Lulus :SD Negeri 204/VI Baru Pangkalan Jambu Tahun 2005-2010
2. SMP, Tahun Lulus :MTS Azzakariyah Tahun 2010-2012
3. SMA, Tahun Lulus :MA Azzakariyah Tahun 2012-2014