OPTIMALISASI MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PENGHIMPUNAN DANA GIRO WADIAH DI BNI SYARIAH KC. KOTA BENGKULU

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

ERLIN FRANSISKA
NIM 1516140162

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2019 M/ 1440 H

SURAT PERNYATAAN PLAGIASI

Nama : ERLIN PRANSISKA

NIM : 1516140162

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul : Optimalisasi Manajemen Produk Penghimpunan Dana Giro Wadiah di BNI Syariah Kc Kota Bengkulu

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui http://smallseotools.com/plagiarism-checker/ skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimanamestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, 20 juli 2019
17 Dzulkaida1440 H

Mengetahui Tim Verifikasi	Yang Membuat
Andang Sunarto, Ph.D	ERLiN PRANSISKA
NIP.197611242006041002	NIM. 1516140162

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi dengan judul "Optimal Manajemen Pemasaran Produk Penghimpunan dana Giro Wadiah di Bank BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang Lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelas sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 23 juli 2019
20 Dzulkaidah 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan

METERAI TEMPEL
E2245AFF675657218
6000

ERLIN PRANSISKA
NIM : 1516140162

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Erlin Pransiska, NIM 1516140162 dengan judul "Optimalisasi Manajemen Pemasaran Produk Penghimpunan dana Giro Wadiah di (BNI Syariah Kc. Kota bengkulu)", Program Studi Perbankan SyariahJurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 15 Juli 2019 H
22 Dzulkaidah 1440 H

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr.Asnaini,MA	Eka Sri Wahyuni,MM
NIP 197304121998032003	NIP 197705092008012014

KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Optimalisasi Manajemen Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Giro Wadiah di BNI Syariah KC Kota Bengkulu" oleh: Erlin Pransiska, NIM 1516140162, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 30 Juli 2019 M/ Dzul-Qaidah/1440 H

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

Bengkulu, 5 Agustus 2019 M
4 Dzul-hijjah 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua	**Sekretaris**
Dr. Asnaini, MA	Yosy Arisandy, MM
NIP. 197304121998032003	NIP. 198508012014032001
Penguji I	**Penguji II**
Andang Sunarto, Ph.D	Nilda Susilawati, M. Ag
NIP. 197611242006041002	NIP. 197905202007102003

Mengetahui,
Dekan,

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

MOTTO

ٱلۡخَٰشِعِينَ عَلَى إِلَّا لَكَبِيرَةٌ وَإِنَّهَا وَٱلصَّلَوٰةِ بِٱلصَّبۡرِ وَٱسۡتَعِينُواْ

" Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu' ".

(QS. Al-Baqarah: 2/45)

'Ada niat pasti ada jalan''

Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan

Maka Apabila Kamu Telah Selesai (Dari Suatu Urusan)

Kerjakanlah Dengan Sungguh-Sungguh (Urusan) Yang Lain.

(QS. Al- Insyarah:6-8)

Persembahan :

Puji syukur beriring do'a dengan hati yang tulus kupersembahkan karya sederhana ini yang telah kuraih dengan suka, duka, dan air mata serta rasa terima kasih yang setulus- tulusnya untuk orang–orang yang kusayangi dan kucintai serta orang-orang yang telah mengiringi keberhasilanku:

- *Kedua orang tuaku : Ayahanda Indri Sulianto dan Ibunda Sisra yang selalu memberikan curahan kasih sayang untukku, semangat, dorongan, bimbingan dan nasehat serta do'a tulus yang tiada hentinya demi tercapainya keberhasilanku. Semoga rahmat Allah SWT selalu tercurah kepada keduanya.*
- *Kakak-kakak aku tersayang Anne Pertama, M.Taufik Akbar dan kakak iparku wito*
- *ADk aku sayang lapota polin syah, keponakanku satria arwansyah yang telah memberikan semangat, dukungan moril maupun materiil selama aku menempuh pendidikan*
- *Spesial (Badi Harianto S.E) selalu memberi dukungan, doa selama ini dan membantu aku selama aku menempuh pendidikan*
- *Sahabat-sahabat terbaikku widya, fajar, rozi semoga kita sukses semua Aamin*
- *Kedua pembimbing skripsiku (ibu Dr.Asnaini, MA dan Ibu Eka Sri Wahyuni, MM) yang telah memberikan waktu, ilmu, perhatian, dan masukan*
- *Teman seperjuangan Ance marsheres, Maria Tika Sanjani, Ases Nela, Sedesni, metri wahyuni, Rara permata sari, Dita sahfitri Awaliah, Desiyani rahmadani pertiwi, puspita SW, gustiana dan seluruh keluarga besar perbankan syari"ah (pbs) angkatan 2015 kelas E semoga kita semua kedepannya*
- *Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*

Terimalah ini sebagai bukti kasihku pada kalian yang telah memberikan dorongan, motivasi, semangat, pengorbanan, kesabaran, ketabahan serta doanya dalam setiap jalanku.

ABSTRAK

Optimalisasi Manajemen Pemasaran Produk Penghimpunan Dana Giro Wadiah di Bank BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu

Oleh
Erlin Fransiska
NIM 1516140162

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui optimalisasi manajemen pemasaran produk penghimpunan dana giro wadiah di BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu**,** metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriftif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian yaitu data primer dan data sekunder, Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan tahapan, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, verifikasi data. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa optimalisasi manajemen pemasan produk penghimpuna dana giro wadiah di BNI Syriah Kc. Kota Bengkulu, dalam manajemen pemasaran di BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu sudah cukup baik, berbagai upaya telah di lakukan seperti promosi dengan mengadakan *event-event* dan hadiah yang menarik, melakukan sosisalisai dengan mengenalkan produk-produk yang berbasis syariah kepada nasabah dan masyarakat, tempat yang strategis, pelayanan kepada nasabah yang cukup baik. Faktor faktor nasabah tertarik untuk membuka rekening giro tersebut yaitu tidak adanya riba, seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil, pelayanan produk yang beragam, dan promosi dari bank.

Kata Kunci: Penghimpunan Dana Giro Wadiah : BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul " Optimalisasi Manajemen Pemasaran Produk Penghipunan dana Giro Wadiah di BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunis maupun akhirat.

Penyusunan skipsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Perbankan Syari'ah (Perbankan) Jurusan Perbankan Syariah Islam Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan berbagai pihak. Dengan demikian IAIN Bengkulu, ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini selaku Dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Bengkulu, sekaligus pembimbing 1 yang telah ikhlas membimbing mengarahkan serta memberikan masukan dalam menyusun skipsi.
3. Yosi Arisandy S,T.,M.M selaku ketua Prodi perbankan Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
4. Eka Sri Wahyuni MM, selaku pembimbing II, yang dengan tekun dan ikhlas telah membimbing dan mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
6. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 15 juli 2019
12 Dzulkaidah 1440 H

Erlin pransiska
NIM 1516140162

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN SURAT PERNYATAAN ..... **ii**
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
HALAMAN MOTTO ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Kegunaan Penelitian 8
E. Penelitian Terdahulu 9
F. Metode Penelitian 13
   1. Jenis dan Pendekatan Penelitian 13
   2. Waktu dan Lokasi Penelitian 13
   3. Subjek/Informan Penelitian 14
   4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 14
   5. Teknik Analisis Data 17
G. Sistematika penulisan 18

BAB II KAJIAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran 20
   1. Pengertian Manajemen 20
   2. Pengertian Pemasaran 21
   3. Pengertian Manajemen Pemasaran 25
B. Manajemen Pemasaran Syariah 26
   1. Pengertian Manajemen pemasaran syariah 26
   2. Konsep Pemasaran Syariah 27
   3. Bauran Pemasaran (Marketing mix) 30
   4. Karateristik Pemasaran Syariah 31
   5. Proses Manajemen Pemasaran Syariah 33
C. Optimalisai 35
   1. Pengertian Optimalisasi 35
   2. Tolak Ukur Keberhasilan Manajemen Pemasaran 36

D. Giro 38
1. Pengertian Giro 38
2. Landasan Hukum Giro 39
3. Jenis-Jenis Giro 40
E. Wadiah 43
1. Pengertian Wadiah 43
2. Rukun dan Syarat wadiah 44
3. Landasan Hukum Wadiah 44
4. Hukum Menerima Wadiah 46
F. Giro Wadiah 46
1. Pengertian Giro Wadiah 46
2. Landasan Hukum Giro Wadiah 48
3. Fitur dan mekanisme akad giro wadiah 50

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENEITIAN

A. Sejarah Berdirinya PT.BNI Syariah 53
B. Visi dan Misi PT.BNI Syariah 55
C. Struktur Organisasi PT. BNI Syariah 55
D. Produk-produk PT. BNI Syariah 60

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Informan Penelitian 66
B. Manajemen Pemasaran dalam meningkatkan minat nasabah untuk membuka rekening giro wadiah 67
C. Faktor-faktor apa sajakah yang membuat nasabah tertarik membuka giro wadiah 75
D. Pembahasan 80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 82
B. Saran 82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai suatu lembaga keuangan yang salah satu fungsinya adalah menghimpun dana masyarakat harus memiliki suatu sumber penghimpunan dana sebelum disalurkan ke masyarakat kembali. Dalam bank syariah, sumber dana berasal dari modal inti (*core capital*) dan dana pihak ketiga, yang terdiri dari dana titipan (*wadi'ah*) dan kuasi ekuitas (*mudharabah account*).[1]

Masalah Dewasa ini perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern baik dari segi ragam produk, kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara, tidak hanya negara maju tapi juga di negara berkembang. Bank merupakan salah satu badan penyedia dana pembangunan, antara lain melalui penyaluran kredit dan investasi. Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[2] Dari pengertian di atas dijelaskan bahwa bank merupakan suatu badan yang bergerak dibidang keuangan dimana seluruh aktivitas nya tidak lepas dari masalah keuangan dimana dana yang digunakan

---

[1] Amir Mahmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2015) h. 26

[2] Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: RajAwali Pers, 2014), h.24

untuk melangsungkan kegiatan operasionalnya menggunakan dana orang lain atau pihak ketiga.[3]

Bank befungsi sebagai financial intermediary dengan usaha utama menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran. Sebagai badan usaha bank akan selalu berusaha mendapatkan keuntungan dari usaha yang dijalankannya. Sebaliknya sebagai lembaga keuangan bank mempunyai kewajiban pokok untuk menjaga kestabilan nilai uang, mendorong kegiatan ekonomi, dan perluasan kesempatan kerja. Seiring peningkatan jumlah bank persaingan untuk menarik dana dari masyarakat semakin meningkat. Fungsi intermediasi ini bukanlah hal yang mudah bagi bank, mulai dari aktivitas penghimpun sampai peyaluran dana mengandung resiko sehingga perbankan diharuskan untuk menjaga keseimbangan antara pengelolaan resiko yang dihadapi dengan layanan yang diberikan kepada masyarakat. [4]

Pada zaman yang modern seperti sekarang semua dituntut serba cepat, ditambah lagi semakin menyebarnya lembaga keuangan baik yang syariah maupun konvensional diberbagai daerah kecil sekalipun. Tentu dengan banyaknya bank akan membuat tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat, maka setiap bank harus memiliki keunggulan yang positif

---

[3] Kasmir, *Bank dan lembanga...*, h. 25

[4] Sutan Reny Sjahdlini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2013), h. 1

yang berdampak terhadap keinginan nasabah untuk menggunakan jasa bank tersebut. Salah satu unsur yang mengunggulkan suatu.[5]

Bank adalah mutu pelayanan melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, menggunakan teknologi yang canggih, perbaikan sistem dan prosedur, dan sebagainya. Tinggi arus kedatangan nasabah pada waktu-waktu tertentu menyebabkan antrian yang panjang dan lama. Tentu hal tersebut sangat tidak disukai oleh nasabah itu sendiri. Antrian yang sangat panjang dan terlalu lama tentu saja merugikan kedua belah pihak baik yang membutuhkan pelayanan maupun pihak pemberi pelayanan. Secara tidak langsung hal tersebut akan berdampak buruk untuk bank itu sendiri karena akan menimbulkan citra yang kurang baik di mata nasabah dan berakibat nasabah tidak jadi menggunakan jasa bank tersebut.[6]

Dalam melaksanakan tugasnya yang paling menonjol bank sebagai *financial intermediary*, bank dapat dikategorikan membeli uang dari masyarakat pemilik dana ketika ia menerima simpanan dan menjual uang kepada masyarakat yang memerlukan dana ketika ia memberikan pinjaman kepada mereka. Dalam kegiatan ini muncul apa yang disebut dengan bunga.[7]

Bank berdasarkan prinsip syariah atau Bank Syariah atau Lembaga Keuangan Syaria'ah juga seperti halnya bank konvensioanal, berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi *(Intermediary Institusional*), yaitu menyerahkan dana kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam fasilitas

---

[5] Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah,* (Jakarta : Djambatan, 2015), h. 184

[6] Sutan Reny Sjahdlini, *Perbankan Islam...,* h. 5

[7] Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep*..., h. 188

pembiayaan. Bedanya hanyalah bahwa Bank Syariah usahanya tidak berdasarkan bunga (*interest free)* akan tetapi berdasarkan prinsip syariah, yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and lose sharing principle*).[8] Pengertian bank itu sendiri adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana kepada masyarakat atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat dan membantu mensejahterahkan masyarakat.[9]

Kajian tentang manajemen pemasaran sangat bermanfaat bagi pemasar, prospek, dan kalangan akademik. Banyaknya literatur manajemen pemasaran yang banyak beredar, akan tetapi pembahasan yang menjelaskan secara spesifik tentang manajemen pemasaran bank syariah masih sedikit. Setiap penerima dana pihak ketiga merupakan amanah yang harus di jaga keamanan dan kemaslahatannya bagi pemilik dana dan bank oleh karena itu,setiap proses penghimpunan dana penerimaan dana harus dilakukan berdasarkan ketentuan peraturan bank indonesia, fatwa DSN ataupun peraturan intern bank yang didasarkan pada asas penerimaan, yaitu kebijakan pokok penghimpunan dana bank syariah sebagai lembaga intermediasi dalam pengelola dana masyarakat harus memiliki komitmen dan integritas. [10]

Giro bentuk simpanan nasabah yang tidak di berikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya di gunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka.

---

[8] Sutan Reny Sjahdlini, *Perbankan Islam/...*, h. 1

[9] Muhammad, *Audit dan pengawasan syariah pada Bank Syariah*(Yogyakarta:UII Press 2017), h 9

[10]Khaerul Umam,*Manajemen Perbankn Syariah*, Bandung:Pustaka Setia,2014. h. 149

Dalam giro meskipun pihak bank tidak memberikan bagi hasil, namun pihak berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarannya tidak ditentukan di awal tergantung kepada kebaikan pihak bank.[11] Adapun landasan hukum giro surat Al-Baqarah 283:

۞ وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم
بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن
يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ ٢٨٣

Artinya; Jika kamu dalam perjalan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedangkan kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang piutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah ia bertakwa kepada allah tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi)menyembuyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya, dan allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.[12]

Pada prinsip yang diterapkan adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan rekening giro. *Wadiah dhamana* berbeda dengan *wadiah amanah.* Dalam *wadiah amanah,* pada prinsipnya harta titipan tidak boleh di manfaatkan oleh pihak yang dititipkan dengan alasan apapun juga, akan tetapi pihak yang dititipkan boleh mengenakan biaya administrasi kepada pihak yang menitipkan sebagai kontraprestasi atas penjagaan barang yang dititipkan. Pada *wadiah yad dhamanah* pihak yang dititipkan (bank)

---

[11] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah,* Bandung:Alfabeta, 2015, h. 35

[12] Yayasan Penyelenggara Penterjemah al Qur"an Depag RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Al Waah, 2017), h. 735-736

bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.[13]

Perilaku konsumen merupakan perkembangan dari psikologi konsumen dalam penelitian yang merupakan perluasan pengambilan keputusan konsumen dalam bidang perilaku ekonomi dan psikologi ekonomi. Dalam bank konsumen disebut dengan nasabah, nasabah adalah setiap orang yang datang ke bank untuk bertransaksi, setiap orang yang ke bank untuk mendapatkan informasi dan setiap orang yang ada di kantor (satu bagian, bagian lain, atau cabang lain). Pepatah mengtakan *nasabah adalah raja*, maka nasabah wajib dilayanin dengan tulus dan ikhlas.[14]

Tujuan pemasaran bank secara umum adalah: pertama, untuk memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang. Kedua, untuk keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, psikologi dari konsumen. Selain itu, juga di pengaruhi oleh beberapa rangsangan pemasaran seperti unsur-unsur di dalam *marketing mix* dan rangsangan lainnya seperti perekonomian, teknologi, politik, dan budaya. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan .[15]

---

[13] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta,2015). H. 36

[14] Muhammad. *Manajemen Bank Syariah. (*Yogyakata: (UUP) AMP YKPN. 2014). h. 225.

[15] Setiadi, Nugroho J. 2016. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.h. 11

Dari hasil Observasi/wawancara di mana optimalisasi manajemen pemasaran suatu produk penghimpunan dana Giro Wadiah masih belum optimal dalam manajemen pemasarannya di penghimpunan dana giro wadiah tersebut karena masih banyak ma syarakat yang tidak tertarik terhadap produk giro wadiah tersebut dan masih minimnya nasabah yang menggunakan produk Giro Wadiah .[16]

Bertolak dari uraian di atas, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian mengenai ***"Optimalisasi Manajemen Pemasaran Produk penghimpunan dana Giro Wadiah di BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu.***

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apa saja yang dilakukan oleh manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk membuka rekening giro wadiah?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang membuat nasabah tertarik membuka giro wadiah di BNI Syariah Kc. Bengkulu?

C. Tujuan penelitia

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui yang dilakukan oleh manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk membuka rekening giro wadiah.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang membuat nasabah tertarik membuka giro wadiah di BNI Syariah Kc Bengkulu.

---

[16]Rahma,*Kasi umum di Bank BNI Syariah* , wawancara, 30 September 2018, Pukul 09.30 WIB

D. Kegunaan Penelitian

Dalam setiap kegiatan hendaknya membawa sebuah pengaruh yang dapat memberi manfaat. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis
   a. Dalam penelitian ini diharapkan agar hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan atau menambah pengetahuan tentang hal-hal yang berhubungan dengan Optimalisasi Manajemen Pemasaran Suatu Produk penghimpunan dana Giro Wadiah .
   b. Bagi Civitas Akademika

      Diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan dalam menulis karya ilmiah atau sejenisnya khususnya tentang pembahasan mengenai Manajemen Pemasaran produk penghimpun dana Giro Wadiah, baik sebagai pembanding maupun sebagai literatur.
2. Kegunaan Praktis
   a. Bagi Masyarakat

      Diharapkan dapat menjadi salah satu rujukan dalam pelaksanaan Manajemen Pemasraran Penghimpun dana agar masyarakat lebih paham cara penghimpunan dana di bank syariah.
   b. Bagi BNI Syriah Kc. Kota Bengkulu

      Dapat menjadi bahan rujukan serta alternativ yang bersifat membangun guna memperbaiki sehingga dalam pelaksanaan pembiayaan tersebut dapat sesuai dengan prinsip-prinsip yang berstandar dengan ekonomi Islam.

E. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti yang pernah penulis baca sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fikri Aldiansya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu 2018 dengan judul: "*Optimalisasi stragtegi pemasaran produk deposito mudharabah pada BNI Syriah Kota bengkulu*". Yang menjadi fokus pembahasannya adalah strategi pemasarannya.[17] Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas tentang optimalisasi dan Perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu produk penghimpunan dana Giro Wadiah dimana peniliti disini meneliti tentang produk giro wadiah dan manajemen pemasaran giro wadiah itu sendiri.
2. Jurnal Nasional Penelitian yang dilakukan oleh Rico Elhando Badri, dengan judul penelitian "Strategi Pengelolaan Dana produk Giro Wadiah Pada Perbankan Syariah (Studi Perbandingan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk dan PT, Bank Bukopin Syariah)". Rumusan masalahnya bagaimana konsep strategi pengelolaan dana produk giro wadiah yang dilakukan Bank Muamalat dan Bank Bukopin Syariah dalam menghimpun dana pihak ketiga dan apa kendala yang dialami Bank Muamalat dan Bank Bukopin Syariah dalam mengimplementasikan

[17]Fikri Aldiansya, *Optimalisasi stragtegi pemasaran produk depositi mudharabah pada Bni Syriah kota bengkulu* , skripsi . Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2018

strategi pengelolaan dana pada produk giro wadiah. Serta tujuan penelitian mengetahui dan menjelaskan penerapan dari strategi pengelolaan dana produk giro wadiah yang digunakan oleh Bank Muamat dan Bank Bukopin Syariah dan mengetahui kendala- kendala yang dihadapi Bank Muamalat dan Bank Bukopin Syariah dalam mengimplementasikan strategi pengelolaan dananya pada produk giro wadiah.[18] Perbedaan penelitian yang sudah di teliti dengan peneliti yaitu lokasi di PT. BNI Syariah.

3. Jurnal Internasional. Penelitian yang dilakukan oleh Ajeng Entaresmen dan Desy Putri Pertiwi, dengan judul yang diteliti adalah *"Marketing Strategy On Sale Of Sale Of Saving Products IB Hasanah in PT. Bank Negara Indonesia Syariah Branch Office X".* Dengan rumusan masalah bagaimana penerapan strategi pemasaran pada penjualan produk tabungan IB hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang X, dan apa saja hambatan yang terjadi dalam menerapkan strategi pemasaran pada penjualan produk tabungan IB hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang X. Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui penerapan apa saja yang dipakai untuk mencapai strategi pemasaran pada penjualan produk tabungan IB hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang X dan untuk mengetahui hambatan yang

[18]Rico Elhando Badri, *Strategi Pengelolaan Dana produk Giro Wadiah Pada Perbankan Syariah* (Studi Perbandingan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk dan PT, Bank Bukopin Syariah), Jurnal Nasional, (Jakarta: September 2015)

terjadi dalam menerapkan startegi pemasaran pada penjualan produk tabungan IB hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang X.[19]

Perbedaan penelitian yang sudah di teliti dengan peneliti yaitu di produk penghimpun dana giro wadiah. Dan teknik penelitian yaitu *purposive.*

Tabel 1.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

Keterangan				
Nama (Tahun)	Judul	Objek	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Fikri Aldiansya 2018	Optimalisasi stragtegi pemasaran produk deposito mudharabah pada BNI Syriah kota bengkulu	BNI Syriah kota bengkulu	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Optimalisasi stragtegi pemasaran produk deposito mudharabah pada Bni Syriah kota bengkulu sudah dilakukan dengan beberapa startegi pemasaran,yaitu strateg hargai produk,distribusi,dan promosi
Rico Elhando Badri 2015	Strategi Pengelolaan Dana produk Giro Wadiah Pada Perbankan Syariah (Studi Perbandingan Pada PT.	PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk dan PT, Bank Bukopin Syariah	Kualitatif	Hasil penelitian iniMenunjukan bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk dan PT, Bank Bukopin Syariah bahwa mengimplementasian strategi pengelolaan

[19] Ajeng Entaresmen, Desy Putri Pertiwi, *Marketing Strategy On Sale Of Sale Of Saving Products IB Hasanah in PT. Bank Negara Indonesia Syariah Branch Office X,* Jurnal Internasional, (Jakarta, 2016)

	Bank Muamalat Indonesia Tbk dan PT, Bank Bukopin Syariah			dananya pada produk giro wadiah mengkombinasikan variabel-variabel dalam marketing mix
Ajeng Entaresmen dan Desy Putri Pertiwi 2016	Marketing Strategy On Sale Of Sale Of Saving Products IB Hasanah in PT. Bank Negara Indonesia Syariah Branch Office X	PT. Bank Negara Indonesia Syariah Branch Office X	Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukan ada nya startegi pemasaran pada penjualan produk tabungan IB hasanah

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas dan sejauh pengetahuan penulis, maka penulis menyimpulkan bahwa Bank atau lembaga keuangan lainnya memiliki Manajemen pemasaran yang berbeda beda dalam mencari dan mempertahankan kepercayaan serta kepuasan nasabah. Perbeadaan Penelitian yang dilakukan yaitu dimana penelitian yang dilakukan di kegiatan manajemen pemasaran produknya dan juga dimana produk giro wadiah. Dimana dalam penelitian ini meneliti tentang cara manajemen pemasaran syariah itu sendiri sudah sesuai apa belum. Dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian yaitu *purposive.*

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskiptif yaitu, objek yang akan di teliti, sehingga dapat mengetahui bagaimana optimalisasi manajemen

pemasaran suatu poduk. Peneliti menggunakan penelitian dengan pendekatan *kualitatif*, sehingga. Penelitian kualitatif yang dimaksud sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya,[20]sehingga dapat memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Penggunaan metode ini karena permasalahan belum jelas, dinamis dan penuh makna. Selain itu metode ini bermaksud memahami situasi sosial secara mendalam.[21]

Dengan demikian dapat dipahami, bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian dengan sistem penganalisisan data dengan cara penguraian atau pemaparan.

2. Waktu lokasi penelitian

Waktu penelitian mulai desember 2018 sampai selesai. Penelitian berlokasi di Kota Bengkulu yaitu di BNI Syariah Kc Kota Bengkulu.

3. Subjek/Informan penelitian

a. Manajer BNI Syariah kc kota Bengkulu
b. BNI Syariah Kc Kota Bengkulu dengan kriteria karyawan mengetahui dan memahami Produk Giro Wadiah berjumlah 5 orang dengan menggunakan teknik *purposive* dengan kriteria mengetahui dan memahami Produk penghimpunan dana Giro Wadiah dan pemasaran.

4. Sumber dan teknik pengumpulan data

---

[20]Anselm Strauss dan Juliet Corbin, *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), h. 4

[21]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R dan D,* (Bandung, Alfabeta, 2016), h. 399

Adapun jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini ada dua macam yaitu:

a. Data Primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu perseorangan seperti dari hasil wawancara atau pengisian kuisioner yang biasanya dilakukan oleh peneliti.[22]Data bersumber langsung dari lokasi penelitian yang diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan-informan dan observasi terhadap objek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu *Manajer Costumer Service,Ao, Marketing Lending, Kasi umum* di BNI Syariah kc kota bengkulu.
b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaahan terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi-referensi atau peraturan yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian.[23]Jadi, data sekunder yang dimaksud bersumber dari bahan-bahan kepustakaan yang bersangkut paut dengan masalah penelitian, seperti: buku-buku referensi, internet, jurnal, majalah, dokumen-dokumen seperti peraturan perundang-undangan dan dokumen-dokumen dari beberapa instansi yang berkaitan.

---

[22] Husein Umar, *Metode Penelitian; Untuk Skripsi dan Tesisi Bisnis*,(Jakarta: Raja Grapindo Persada, 2015), h. 42

[23]Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif).* (Jakarta: Gaung Persada Press, 2014), h. 77

Untuk memperoleh data yang valid maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Adapun teknik-teknik tersebut di antaranya adalah sebagai berikut:

a. Observasi (Pengamatan)

Untuk mendapatkan data yang aktual secara langsung maka observasi lapangan sangat diperlukan. Observasi dapat disebut juga pengamatan, yang "meliputi pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.[24]

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dengan demikian dapat dipahami bahwa observasi untuk mengadakan pengamatan secara langsung dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.

Dalam penelitian ini, observasi lapangan dilakukan pada objek penelitian di BNI Syariah, Metode ini digunakan untuk memperoleh data awal mengenai model pengembalian pembiayaan *musyarakah.* Aktifitas yang di analisis dalam observasi ini adalah mengenai pelaksanaan pengembalian pembiayaan dari seorang *mudharib* kepada *shahibul maal.*

b. Wawancara

---

[24]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik* . (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), h. 206

Pada penelitian ini wawancara akan dilakukan dengan mengunakan pedoman wawancara. Dengan demikian wawancara akan dilakukan dengan dua bentuk, yaitu wawancara terstruktur (dilakukan melakui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti). Sedangkan wawancara tidak terstruktur (dilakukan apabila ada jawaban berkembang di luar pertanyaan-pertanyaan terstruktur namun tidak lepas dari permasalahan penelitian). Wawancara dilakukan secara intensif dan mendalam terhadap para informan.

Wawancara bertujuan untuk memperoleh data yang akurat mengenai penelitian, adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah mengenai pengembalian pembiayaan *musyarakah* yang dilakukan oleh *mudharib* (pengelola dana) kepada *shahibul maal* (BNI Syariah).

c. Dokumentasi

Analisis dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari arsip dan dokumen baik yang ada dalam administrasi bank maupun di luar. Metode ini dilakukan dalam rangka mencari data yang berhubungan dengan penelitian yakni mengenai Optimalisasi Manajemen pemasaran produk penghimpunan dana giro wadiah di BNI Syariah kota Bengkulu.

5. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini teknik analisa data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu cara penyusunan data dari umum ke khusus. Dalam penelitian kualitatif teknik analisa data secara sederhana dapat dilakukan melalui tahap-tahap yang dikemukan oleh miles dan Huburman

a. Data *Reduction* (Reduksi Data)

   Merupakan bagian dari anlisis data yang berfungsi mempertegas, mempersingkat dan membuat focus data sehingga kesimpulan akhir dapat ditemukan.dalam penelitian ini penulisan melakukan reduksi data tentang optimalisasi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh pihak marketing dalam memasarkan produk giro wadiah.

b. Data *Display* (Penyajian Data)

   Merupakan data yang ditampilkan dalam suatu rangkaian informasi yang memungkinkan kesimpulan penelitian dapat mengerti pada yang terjadi dalam bentuk yang utuh. Dalam penelitian ini penulis melakukan penyajian data tentang optimalisasi manajemen pemasaran produk giro wadiah yang dilakukan oleh BNI Syariah Kota Bengkulu.

c. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

   Merupakan pemeriksaan kembali data-data awal saat pengumpulan data sehingga data yang telah terkumpul dianalisis secara kualitatif untuk ditarik kesimpulan.dalam penelitian ini melakukan verifikasi data tentang optimalisasi manajemen pemasaran yang dilakukan oleh pihak marketing dalam memasarkan produk giro wadiah.

G. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini, penelitian mengungkapkan secara ringkas tentang latar belakang dari judul penelitian yaitu ”optimalisasi manajemen pemasaran produk giro wadiah pada BNI Syariah kc. Bengkulu” yang berisi tentang latar belakang , perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metode dan sistematis penulisan. Pada bagian metode penelitian menguraikan tentang metode penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian, data yang digunakan dan menganalisis data.

Bab II kajian teori

Dalam bab ini menjelaskan tentang teori terikat dengan penelitian, yaitu tentang manajemen pemasaran dan giro wadiah di bank syariah. Bab ini dapat membantu pembaca memahami lebih dalam mengenai massalah yang diangkat dari penelitian ini.

Bab lll gambaran umum objek penelitian

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dalam hal ini BNI Syariah Kota Bengkulu dan produk giro wadiah .

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan menjelaskan pembahasan tentang hasil penelitian di mana itu di bagi menjadi dua bagian. Pertama has il penelitian dan kedua pembahasan. Pada hasil penelitian, penelitian akan mengungkapkan secara jelas hasil wawancara dengan informan penelitian yaitu kepada bagian pemasaran (marketing) BNI Syariah dan karyawan BNI Syariah. Kemudian pada pembahasan, penelitian akan dilakukan dengan menyimpulankan inti yang ada pada hasil penelitian.

Bab V Penutup

Dalam Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan penelitian, seduah mengambil inti dan menyimpulkan secara ringkas hasil dari penelitian yang dilakukan, kemudian pada bagian saran, penelitian akan memberikan masukkan kepada pihak yang terkait dengan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini untuk memberikan informasi tentang literatur yang ada pada pembuatan skipsi ini agar memperjelas pembaca dari mana sumber penulisan tersebut.

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Manajemen Pemasaran

1. Pengertian Manajemen

Basu Swasta mendefinisikan kata manajemen berasal dari bahasa prancis kuno *"management"* yang berarti seni melaksanakan dan mengatur" manajemen berasal dari bahasa inggris kata *to manage* yang artinya mengatur. Secara umum manajemen memiliki tiga tugas pokok yaitu:

a. Mempersiapkan rencana atau strategi umum bagi perusahaan
b. Melaksanakan perencanaan tersebut
c. Mengadakan evaluasi, menganalisis dan mengendalikan rencana tersebut dalam operasionalnya.[25]

Menurut George R. Terry: Manajemen merupakan suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.[26]

Manajemen diperlukan oleh semua organisasi, karena tanpa manajemen, semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan lebih sulit.

---

[25] Hestiyara Lusmanar 2015, "*Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Produk Pembiayaan modal kerja di BPRS Suriyah Kacab. Semarang"* Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto , h. 15

[26] George R.Terry. *Dasar-Dasar Manaiemen*, Bandung : Bumi Aksara, 2014. Hlm. 14

Ada tiga alasan mengapa diperlukan manajemen, yaitu untuk mencapai tujuan, baik tujuan organisasi atau tujuan pribadi, untuk menjaga keseimbangan antara tujuaan-tujuan yang saling bertentangan, untuk mencapai efesiensi dan efektivitas.[27]

2. Pengertian pemasaran

Kata "syariah''(al-syari'ah) telah ada dalam bahasa arab sebelum turunnya Al-qur'an. Kata yang semakna dengannya juga ada dalam taurat dan injil. Kata syari'ah dalam al-qur'an yaitu pada surat Al-Jatsyiah ayat 18:

ثُمَّ جَعَلْنَٰكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٍ مِّنَ ٱلْأَمْرِ فَٱتَّبِعْهَا وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَآءَ ٱلَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: kemudian kami jadikan kamu berada di atas suatu syariat (peraturan) dari urusan (agama itu) , maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.[28]

Pemasaran dalam pandangan Islam merupakan suatu penerapan displin strategis yang sesuai dengan nilai prinsip syariah. Pemasaran syariah merupakan ide dari dua orang pakar dibidang pemasaran dan syariah. Mereka adalah hermawan kertajaya dan muhammad syakir sula. Mereka memberikan definisi pemasaran syariah sebagai disiplinbisnis stategi yang mengarahkan proses pencipta, penawaran dan perubahan

[27] T. Hani Handoko, *Manajemen*, edisi 2, (Yogyakarta: BPFE, 2014), h. 6

[28] Yayasan Penyelenggara Penterjemah al Qur"an Depag RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Al Waah, 2017), h. 735-736

value dari suatu inisiator kepada stakeholder-nya dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam. Dalam pemasaran syariah seluruh proses penciptaan,proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (value), tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam tidak terjadi dalam suatu transaksi apapun dalam pemasaran dapat di boelhkan. Oleh Allah SWT mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan zalim dalam bisnis termasuk proses penciptaan penawaran dan proses perubahan nilai dan pemasaran sebagaimana firman Allah SWT. Dalam Q.S. Shaad ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعْجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِۦ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ ٱلْخُلَطَآءِ
لَيَبْغِى بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ وَعَمِلُوا۟ ٱلصَّٰلِحَٰتِ وَقَلِيلٌ مَّا
هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُۥدُ أَنَّمَا فَتَنَّٰهُ فَٱسْتَغْفَرَ رَبَّهُۥ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ۩ ﴿٢٤﴾

Artinya: Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.[29]

Dalam ayat di atas allah menjelaskan bahwasannya dalam melakukan perserikatan atau kerjasama, sebaiknya jangan sampai menimbulkan ke zaliman bagi yang lain yakni dengan meminta tambahan

[29] Yayasan Penyelenggara Penterjemah al Qur"an Depag RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Al Waah, 2017), h. 735-736

dari keuntungan yang di peroleh. Dalam ayat ini juga dijelaskan bahwa sangat sedikit umat muslim yang tidak berbuat zalim dalam kerjasama atau perserikatan dengan rekannya, mereka itulah yang dikatagorikan sebagai orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang shaleh. Syaikh Al-Qardhawi mengatakan cakupan dari pengertian syariah menurut pandangan islam sangat luas dan kompresif *(al-syumul).* Didalamnya mengandung makna mengatur seluruh aspek kehidupan, mulai dari aspek ibadah (hubungan manusia dengan tuhan), aspek keluarga (seperti nikah, talak, nafkah, wasiat, warisan), aspek bisnis (perdagangan, industri, perbankan, asuransi, utang piutang, pemasaran, ghibah), aspek ekonomi (permodalan, zakat, baitul-*mal, fa'i. Ghanimah),* aspek hukum dan peradilan, aspek undang-undang hingga hubungan antara negara.

Pemasaran merupakan ujung tombak dari suatu perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, meningkatkan keuntungan mensejahterakan karyawan serta untuk berkembang. Menurut Philip kotler, Pemasaran merupakan proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk atau *value* dengan pihak lain. Sedangkan secara sepesifik pengertian pemasaran bagi lembaga jasa keuangan adalah:

1. Mengidentifikasi pasar yang paling menguntungkan sekarang dan dimasa yang akan datang.

2. Menilai kebutuhan konsumen atau anggota saat ini dan dimasa yang akan datang.
3. Menciptakan sasaran pengembangan bisnis dan membuat rencana untuk mencapai sasaran tersebut.
4. Promosi untuk mencapai sasaran.[30]

Menurun Philip kotler, dan Amstrong Manajemen pemasaran adalah kegiatan kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan tujuan organisasi.

Menurut Ben M. Enis, Manajemen pemasaran ini merupakan suatu proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dari kegiatan pemasaranyang dilakukan oleh individu atau perusahaan. Efektifitas yang dimaksud adalah memaksimalkan hasil yang hendak dicapai yang telah ditetapkan lebih dahulu, sedangkan efisiensi adalah sumber apa saja yang digunakan untuk menyampai hasil yang maksimal.[31]

Kata syariah berasal dari kata *syara'a al-syai'a* yang berarti "menerangkan" atau menjelaskan sesuatu. Atau, berasal dari kata *syir'ah* dan *syari'ah*yang berarti suatu tempat untuk mengambil air secara langsung sehingga orang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain. Dalam Al-qur'an surat Al-Jatsiyah ayat 18 :

---

[30] Muhammad, *Manajemen Bank Syariah,* (Yogyakata: (UUP) AMP YKPN 2014), h. 226

[31] H. Buchari Alma, *Manajamen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 130

ثُمَّ جَعَلۡنَٰكَ عَلَىٰ شَرِيعَةٖ مِّنَ ٱلۡأَمۡرِ فَٱتَّبِعۡهَا وَلَا تَتَّبِعۡ أَهۡوَآءَ ٱلَّذِينَ لَا يَعۡلَمُونَ

١٨

Disebutkan hanya sekali yaitu: *Kemudian kami jadikan kamu berada disuatu syariat itu (peraturan) dari urusan agama itu, maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.*[32]

Menurut syaikh Al- Qaradhawi mengatakan, cakupan dari pengertian syariah menurut pandangan islam sangatlah luas dan komprehensif *(al-syumul)*. Didalamnya mengandung makna mengatur seluruh aspek kehidupan, mulai dari aspek ibadah, aspek keluarga, aspek bisnis dan aspek hukum peradilan.

3. Pengertian Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran adalah kegiatan manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesunggguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan. Untuk dapat mengindentifikasikan apa yang dibutuhkan konsumen, maka pembisnis perlu melakukan riset pemasaran, diantaranya berupa survei tentang keinginan konsumen, sehingga pembisnis bisa mendapatkan informasi mengenai apa yang sesungguhnya dibutuhkan oleh konsumen. Informasi mengenai kebutuhan

[32] Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Media Utama, 2014), h. 24.

konsumen ini kemudian diteruskan kemanajem pemasaran kemudian jga melakukan kegiatan dalam proses penyampaian produk konsumen. Untuk kasus bisnis sablon, yang termasuk didalam kegiatan manajemen pemasaran adalah diantaranya melakukan identifikasi jenis sablon apa yang saat ini sedang dimintak oleh konsumen,apakah sudah ada pembisnis kita dapat menjawab keinginan dan minat konsumen tersebut,termasuk dalam kegiatan adalah proses menjual (*selling*) akan produk yang sudah dihasilkan. [33]

B. Manajemen Pemasaran Syariah

1. Pengertian manajemen pemasaran Syariah

Pengertian manajemen pemasaran syariah adalah sebuah disiplin *strategis* yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan peubahan *values* dari suatu *inisiator* kepada *stakeholdernya*, yang dalam keseluruhanya proses sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam.[34]

Dalam *syariah marketing* atau pemasaran syariah rangkaian kegiatan yang berada dalam ruang lingkup manajemen pemasara syariah setiap *muamalah* ekonomi yang terkait dengan strategi untuk mengidentifikasi, menyesuaikan kompetensi dan sumber daya, sehingga memeberikan nilai kepuasan pada konsumen melalui manfaat dari produk dan jasa yang ditransaksikan dalam proses sesuai syariah islam, dengan

---

[33] Ernie Tisnawati Sule dan kurniawan, *Penghantar Manajemen*, Jakarta:Kencana,2017, h. 5
[34] Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya, *Syariah.....*, h. 38

tujuan mendapatkan pertumbuhan, kesejahteraan, keadilan serta berkah dunia akhirat.[35]

2. Konsep Pemasaran

Untuk mengetahui apa itu kosep pemasaran maka kita harus mengtahui istilah-istilah medasar dalam pemasaran yang harus diketahui antaranya: memperoleh kebutuhan *(needs)*, keinginan *(wants)*, permintaan *(demands)*, produk *(product)*, nilai *(value)*, biaya *(cost)*, kepuasan *(satisfaction)*, pertukaran *(exchange)*, dan pasar *(market)*.

a. Kebutuhan *(needs)* kosumen, suatu keadaan dimana seseorang merasa kekurangan terhadap pemuas dasar tertentu/hakikat biologis.
b. Keinginan *(wants)* konsumen, merupakan hastrat atau kehendak yang kuat akan pemuas kebutuhan spesifik. Kebutuhan yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu.
c. Permintaan *(demands)*, adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Keinginan menjadi permintaan jika didukung oleh daya beli.
d. Produk *(product)*, yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan.
e. Nilai *(value)*, yaitu kekuatan tukar suatu barang atau jasa untuk mendapatkan barang atau jasa lain yang diukur secara kuantitatif dengan jumlah satuan barang atau uang.

---

[35] Hestiyara Lusmanar 2015, *Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Produk Pembiayaan modal kerja di BPRS Suriyah Kacab. Semarang.* Sekripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto, h. 18-17

f. Biaya *(cost)*, yaitu semua pengeluaran uang yang digunakan untuk membayar suatu.

g. Kepuasan *(satisfaction)*, yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

h. Pertukaran *(exchange)*, yaitu tindakan memperoleh produk yang dikehendaki dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai imbalan.[36]

Menurut Leonard Berry seorang ahli manajemen konsep pemasaran tidak hanya penting bagi organisasi untuk melakukan tugasnya yang benar,tapi juga penting untuk menentukan hal yang benar dalam melakukan sesuatu yaitu memaksimalkan peluang yang menguntungkan. Secara umum terdapat empat konsep pemasaran.

1. Konsep produksi

   "konsep ini menyatakan konsep konsumen akan menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Oleh karena itu harus berupaya untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi

2. Konsep produksi

   "Dalam konsep ini terkandung pengertian bahwa konsumen bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik, serta keistimewaan yang menonjol.

[36] Muhammad, *Marketing Sula*...,h. 220

3. Konsep penjualan

   "konsep ini adalah konsep yang berorientasi pada tingkat penjualan internal, dimana pasar beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi agar penjualan dapat meningkat.

4. Konsep pemasaran kemasyarakat

   "konsep ini menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepenting pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan lebih baik dari pada yang diberikan oleh para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan kesejahteraan masyarakat.[37]

Aspek-aspek yang dipentingkan untuk lebih meningkat minat konsumen dalam hal ini perbankan diantaranya:

a. *Tangibel*, yaitu bukti fisik yang harus dimiliki karyawan, seperti gedung, peralatan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi, dan sarana fisik lainya.[38]
b. *Reability*, yaitu kemudahan prosedur membuka tabungan.
c. *Responsiveness*, yaitu kemudahan kemampuan pegawai menangani nasabah.
d. *Assurance*, yaitu perilaku petugas yang ramah serta tanggap dari nasabah.

---

[37] Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta: Rajawali Pers. 2013 h. 84
[38] Kamsir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 66.

e. *Empathy*, yaitu kemudahan menghubungi kantor, adanya perhatian yang serius terhadap segala kegiatan dan tidak membeda-bedakan nsasabah.

3. Bauran pemasaran (*Marketing mix*)

‘’Mc CharTy dalam buku pemasaran philip kotler memperkenalkan Klasifikasi empat unsur bauran pemasaran yang kenal dengan nama 4p terdiri atas *produc*t (produk*), price* (harga), *place* (tempat), dan promotion (promosi).’’ Penjelasan dari unsur 4p antara lain:

a. Produk dalam depfinisi philip kotler yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk dapat diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Kareana merupakan suatu penawaran maka juga sering disebut sebagai tawaran pasar.

b. Harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memproses suatu produk, sejumlah uang (kemudian ditukar sejumlah barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinas sebuah produk dan pelayanan menyertainya. Philip kotler menyatakan bahwa “harga adalah satu-satunya unsur dalam pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan.

c. Tempat saluran distribusi sering juga disebut saluran perdagangan atau saluran pemasaran dimana menurut David A. Revan merupaka satu yang dilalui arus barang dari produsen ke konsumen dan akhirnya ke pemakai.

d. Promosi merupakan masalah yang paling penting dalam bauran pemasaran karena promosi adalah komponen yang dipakai untuk memberikan informasi yang dapat mempengaruhi pasar dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan.[39]

4. Karakteristik Pemasaran Syariah

Kartajaya menyatakan bahwa karakteristik pemasaran syariah terdiri dari beberapa unsur yaitu: teistis, etnis, realistis, dan humanistis.[40]

a. *Teistis(Al-Rabbaniyyah)*

Salah satu ciri khas syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran kovensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religious *(diniyyah)*. Kondisi ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religious, yang dianggap penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok kedalam perbuatan yang merugikan orang lain. Seorang marketer akan segera mematuhi hukum-hukum syariah, dalam segala aktivitasnya sebagai seorang pemasar. Mulai dari melakukan strategi pemasaran, memilah-milah pasar *(segmentasi)*, kemudian memilih pasar mana yang menjadi yang menjadi fokusnya *(targeting)*, hingga menetapkan identitas perusahaan yang harus senantiasa tertanam dalam benak pelangganya *(positioning)*.[41]

b. *Etis(Akhlakqiyyah)*

---

[39]Buchari Alma. *Manajamen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabet. 2015.h. 186-187

[40] Fahmi Irham, *Manajemen Pebankan Konvensional & Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015) h. 176

[41] Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kartajaya, *Syariah..*,h. 28

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer selain karena teistis *(rabbaniyyah)*, juga karena ia sangat mengedapankan ahlak (moral, etika) dalam seluruh kegiatanya. Sifat etis ini sebenarnya merupakan turunan dari sifat pemasar syariah *(rabbaniyyah)* diatas. Dengan demikian, syariah marketing adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tindak peduli apapun agamanya. Karena nilai-nilai moral dan etika yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agamanya.

c. *Realistis(Al-Waqi'iyyah)*

Syariah marketing bukanlah konsep yang ekslusif, fanatis, antimodernitas dan kaku. Syariah *marketing* adalah konsep yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluesan syariah islamiyah dan melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar professional dengan penampilan yang bersih, rapi, dan bersahaja, adapun model atau gaya pakaian yang dikenakanya. Mereka bekerja dengan pofesional dan mengedepankan nilai-nilai religious, kesalehan, aspek moral, dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasaranya. Ia tidak kaku, tidak ekslusif, tetapi sangat fleksibel dalam bersikap dan bergaul. Ia sangat memahami bahwa dalam situasi pergaulan di lingkungan yang sangat heterogen, dengan beragam suku, agama, dan ras ada ajaran yang dibenarkan oleh Allah Swt dan dicontohkan oleh Nabi untuk bersikap dan lebih bersahabat, santun, dan bersimpatik terhadap saudara saudaranya dari umat lain.

d. *Humanistis(Al-Insaniyyah)*

Keistimewaan yang lain adalah sifat yang humanistis universal. Pengertian humanistis *(al-Insaniyyah)* adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaanya terjaga dan terperlihara, serta sifat kehewananya dapat terkekang dengan panduan 21 syariah. Dengan memiliki, nilai humanstis ia menjadi manusia yang terkontrol, dan seimbang *(tawazun)*, bukan manusia serakah, yang menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya. Bukan menjadi manusia yang bisa bahagia diatas penderitaan orang lain atau manusia yang hatinya kering dengan kepedulian sosial. Syariat islam dalah syariah humanistis *(insaniyyah)*, syariat islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, warna kulit, kebangsaan, dan setatus. Hal inilah yang menjadikan syariat memiliki sifat univesal sehingga pemasar syariah juga bersifat universal.[42]

5. Proses Manajemen Pemasaran

Berikut proses manajemen pemasaran secara sistemastis :

a. Analisis pasar

Tahapan penganalisaan atau pengenalan pasar ini akan mengahsilkan peluang pemasaran dan alternatif pasar sasaran. Tujuan dari analisis pasar adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan-keinginan konsumen.

[42] Fahmi Irham, *Manajemen Pebankan*..,h. 203

b. Memilih Pasar Sasaran

Memilih sekelompok konsumen yang secara kusus menjadi sasaran usaha pemasaran bagi sebuah perusahaan. Dalam menetapkan sasaran terdapat tiga langkah pokok yang harus diperhatikan, sebagai berikut: Segmentasi pemasaran, penetapkan pasar sasaran, penetapan produk.

c. Merancang Strategi Pemasaran

Perusahaan harus memberikan keistimewa-keistimewaan yang lain dari pesaingnya dan mampum memenuhi keinginan pelangganya. Dilakukan guna mengembangkan pasar, menambah lokasi atau kantor cabang daerah lain, dan memprioritaskan layanan pelanggan seperti strategi jemput bola dan penentuan harga barang.

d. Merencanakan Program Pemasaran

Rencana program pemasaran *(marketing plan)* adalah instrument sentral untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan usaha pemasaran, rencana pemasaran beroperasi pada dua level: *stratejik* dan *taktis*. Perencanaan pemasaran *stratejik* membesarkan pasar sasaran dan porsi nilai yang akan ditawarkan berdasarkan pada suatu analisis peluang pasar terbaik. Rencana pemasaran *taktis* adalah cara untuk menspesifikan pasar melalui fitur produk *(product)*, promosi *(promotion)*, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan.[43]

[43] Fahmi Irham, *Manajemen Pebankan*....,h. 178

e. Mengorganisasikan, melaksanakan, dan upaya mengendalikan pemasaran.

Pengorganisasian berarti fungsi manajer untuk menyusun sumber daya manusia dan sumberdaya materi untuk melaksanakan perencanaan yang dibuatnya. Selain itu bagimana sumberdaya manusia itu dilatih, dimotivasi, diarahkan, dan dievaluasi. Manajer perusahaan juga menganalisa secara berkala profitabilitas nyata dari berbagi produk, kelompok pelanggan, saluran distribusi.

C. Optimalisasi

1. Pengertian Optimalisasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Optimalisasi adalah berasal dari kata dasar optimal yang berarti terbaik, tertinggi, paling menguntungkan, menjadikan paling baik, menjadikan paling tinggi, pengoptimalan proses, cara, perbuatan mengoptimalkan (menjadikan paling baik, paling tinggi, dan sebagainya) sehingga optimalisasi adalah suatu tindakan, proses, atau metodologi untuk membuat sesuatu (sebagai sebuah desain, sistem, atau keputusan) menjadi lebih/sepenuhnya sempurna, fungsional, atau lebih efektif.

2. Tolak ukur keberhasilan manajemen pemasaran

Keberhasilan manajemen dan program marketing yang di laksanakan oleh perusahaan perlu diukur, agar dpat diketahui perkembangan yang telah diperoleh perushaan perlu diukur, agar dpat diketahui perkembangan yang telah di peroleh menghasilkannya apakah sudah optimal apa belum.

Ada 5 kriteria untuk mengukur keberhasilan program marketing:

1. *Brand Awareness*

Produk perusahaan semakin dikenal oleh konsumen, mengukurnya dapat melakukan wawancara langsung dengan konsumen dan calon konsumen disuatu wilayah, melalui cara menanyakan merek yang merek sukai, semakin banyak yang mengenaldan tertarik, baru dapat dikatakan strategi dan program marketing berhasil. Cara kedua yaitu melakukan penelitian melalui pengisian daftar pertanyaan yang telah disusun untuk mengidentifikasi pengetahuan pelanggan terhadap merek perusahaan.

2. *Market share*

Market share adalah seberapa besar nilai penjualan produk perusahaan dibanding total nilai penjualan produk sejenis dipasaran, semakin tinggi market share semakin bagus, artinya perusahaan mampu meningkatkan jumlah pengguna produk perusahaan dipasaran.

3. C*ustomer satisfaction*

Kepuasaan pelanggan sangat penting karena berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan, pelanggan yang puas biasanya akan melakukan pembelian ulang dan semakin loyal. Strategi dan program marketing yang berhasil akan mendorong peningkatan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi kepuasan pelanggan semakin baik bagi perusahaan.[44]

4. *Image*

[44] Kotler dan Amstrong, prinsip-prinsip pemasaran (Ed8:jakarta:Erlangga,2015)

Strategi dan program marketing yang berhasil mampu meningkatkan image perusahaan sesuasi dengan *positioning* yang ditanamkan secara terus- menerus dibenak konsumen.

5. Coverage

Wilaya pemasaran dan distribusi yang semakin luas serta merata sesuai dengan rencana dan target pemasaran adalah indikator keberhasilan strategy dan program pemasaran perusahaan.

Untuk mengukur keberhasilan dibutuhkan kreteria dan target yang jelas dan direncanakan dalam marketing plan, sehingga setiap kegiatan pemasaran perusahaan dapat terukur dengan baik dalam marketing *scoreard.*

D. Giro

1. Pengertian Giro

Bentuk simpanan nasabah yang tidak di berikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya di gunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun pihak bank tidak memberikan bagi hasil, namun pihak berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarannya

tidak ditentukan di awal tergantung kepada kebaikan pihak bank.[45] Fitur dan mekanisme Giro atas akad wadiah[46] :

4. Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak seabagai penitip dana.
5. Bank tidak di kenakan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah.
6. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berubah biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengolahan rekening antara lain biaya cek/bilyet giro, biaya material, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.
7. Bank menjamin pengambilan dana titipan nasabah.
8. Dana titipan dapat di ambil setiap saat oleh nasbah.

1. Landasan Hukum Giro

Adapun landasan hukum giro surat Al-Baqarah 283:

۞ وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا
فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن يَكۡتُمۡهَا
فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ ٢٨٣

[45] M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung:Alfabeta, 2015, h. 35

[46] Muhammad,*Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta:Rajawali Pers,2015, h. 33

Artinya;Jika kamu dalam perjalan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedangkan kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang piutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah ia bertakwa kepada allah tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi)menyembuyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya;dan allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.[47]

Dalam kaitannya ayat diatas dimana firman ini mengenai amanah. Bank sebagai pihak yang di amanahi oleh nasabah harus memanfaatkan dana nasabah sesuai perjanjian (akad) di awal, mudharabah atau wadiah.

Pada prinsip yang diterapkan adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan rekening giro. *Wadiah dhamana* berbeda dengan *wadiah amanah.* Dalam *wadiah amanah,* pada prinsipnya harta titipan tidak boleh di manfaatkan oleh pihak yang dititipkan dengan alasan apapun juga, akan tetapi pihak yang dititipkan boleh mengenakan biaya administrasi kepada pihak yang menitipkan sebagai kontraprestasi atas penjagaan barang yang dititipkan. Pada *wadiah yad dhamanah* pihak yang dititipkan (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.[48]

2. Jenis jenis giro

1. giro wadiah

Yang dimaksud dengan giro wadiah adalah giro yang dijalankan Berdasrkan akad wadiah, yakni titipan murni yang setiap saat dapat diambil Jika pemilik nya menghendaki. Dalam konsep wadiah yad al-

---

[47] Yayasan Penyelenggara Penterjemah al Qur"an Depag RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Al Waah, 2017), h. 735-736

[48] M. Nur Rianto Al Arif,*Dasar-dasar pemasaran Bank Syariah*,Bandung:Alfabeta,2015,h. 36

dhamanah, Pihak yang menerima titipan boleh menggunakan atau manfaat uang atau Barang yang dititipkan. Hal ini berarti bahwa wadiah yad al- dhamanah Mempunyai implikasi hukum yang sama dengan qardh, yakni nasabah Bertindak sebagai pihak yang meminjamkan uang dan bank bertindak Sebagai pihak yang dipinjami. Dengan demikian, pemiliki dana dan tidak boleh saling menjanjikan untuk memberikan imbalan atas pengunaan atau Pemanfaatan dana atau barang titipan tersebut.[49]

Dalam kaitannya dengan produk giro, bank syariah menerapkan prinsip wadiah yad dhamanah, yakni nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau manfaatkan uang atau barang titipanya, sedankan bank bertindak sebagai pihak yang dititipi yang disertai hak untuk mengelolah dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil dari keuntungan pengelolahan dana tersebut namun demikian bank syariah di perkenalkan memberikan insetif berupa bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya.

Dari pemaparan diatas, dapat dinyatakan beberapa ketentuan umum giro wadiah sebagai berikut:

1. Dana wadiah dapat digunakan oleh bank untuk kegiatan komersial dengan syarat bank harus menjamin pembayaran kembali nominal dana wadiah tersebut

[49] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis fiqh dan keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2014, h. 352

2. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau di tanggug bank, sedangkan pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memeberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat tapi tidak boleh diperjanjikan di muka.
3. Pemilik dana wadiah dapat menarik kembali dananya sewaktu waktu (on call), baik sebagai maupun seluruhnya.

2. Giro mudharabah

Yang dimkasud dengan giro adalah giro yang di jalankan berdasarakan akad mudharabah.[50]

Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai shaibul mal (pemilik dana). Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad mudharabah dengan pihak lain.

Dengan demikian, bank syariah dalam kapasitas sebagai mudharib memiliki sifat sebagai wali amanah *(trustee)*, yakni harus berhati-hati atau bijaksana serta beriktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelainannya. Disamping itu, bank syariah juga bertindak sebagai kuasa dari usaha

[50] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam*,.....,h. 354

bisnis pemilik dana yang di harapkan dapat memperoleh keuntungan seoptimal munkin tanpa melanggar berbagai aturan syariah.

` Dari hasil peneglolaan dana mudharabah, bank syariah akan membagihasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening. Dalam mengelolah dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelalaiannya. Namun, apabila yang terjadi adalah *mismanagement* (salah urus), bank bertanggung jawab penuh terhadap kerugian tersebut

E. Wadi'ah

1. Pengertian *Wadi'ah*

Secara etimologi *wadi'ah* berarti titipan (amanah). Kata Al-*Wadi'ah* berasal dari kata *wada'ah* juga berarti membiarkan atau meninggal sesuatu. Dalam tradisi fiqih Islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip *al-wadi'ah. Al-wadi'ah* dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si pemilik menghendaki. [51]Dalam literatur fiqih, para ulama berbeda-beda dalam mendefinisikannya, disebabkan perbedaan mereka dalam beberapa hukum yang berkenaan dengan *wadi'ah* tersebut yaitu perbedaan mereka dalam pemberian upah bagi pihak penerima titipan, transaksi ini dikatagorikan

[51]Muhamad syafi'ai antonio. *Bank Syari'ah dari Teori Keprakti.* (Jakarta: Gema Insani, 2017), h. 85

taukil atau sekedar menitip, barang titipan tersebut harus berupa harta atau tidak.[52]

Harta yang dititipkan kepada pihak yang mau mengamalkannya tanpa dibebani biaya. Atau *wadi'ah* juga berarti barang yang dititipkan pada seseorang dengan tujuan pengamanan. Definisi *wadi'ah* juga menuju pada dzat yang ditipkan berupa materi (benda) atas dasar kontrak yang sistematis untuk proses penitipan.[53]

2. Rukun dan Syarat *wadi'ah*

1. Rukun *wadi'ah*

a. Orang yang menitipkan (*muwaddi*)

b. Orang yang dititipi barang (*wadii*)

2. Syarat *wadi'ah*

a. Pihak yang berakat

1. Cakap hukum

2. Suka rela (ridho), tidak dalam keadaan dipaksa/terpaksa dibawah tekanan

b. Obyek yang ditetapkan merupakan milik mutlak si penitip

c. Sighot

1. Jelas yang dititipkan

2. Tidak mengandung persyaratan-persyaratan lain.[54]

---

[52]Muhamad syafi'ai antonio. *Bank Syari'ah*,.....,h. 87

[53] Ahmad Dahlan, *Bank Syari'ah, Teori, Praktik, Kritik* (Yogyakarta: Teras, 2014), h. 124

[54] Institut Bankir Indonesia. *Konsep, produk dan Implementasi Operasional Bank Syari'ah* (Jakarta:Djambatan. 2015), h.59-60

3. Landasan Hukum Wadiah

Landasan syariah dan ketentuan tentang sertifikat wadiah bank Indonesia diatur dalam fatwa dewan syariah nasional nomor 36/DSN-MUI/X/2002 tentang sertifikat wadiah bank Indonesia tanggal 23 oktober 2002, dimana dalam fatwa tersebut sebagau landasan syariah (himpunan fatwa, edisi kedua, hal 233-236) adalah sebagai berikut:

1. Landasan Hukum dari Al Quran:

a. Firman Allah SWT QS An-Nisa ayat 58 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا
مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ
١

"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. "[55]

b. Firman Allah SWT, QS Al Maidah ayat 1 :

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْۚ بِٱلۡعُقُود

"Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah akad kalian...

[55] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Bahasa Indonesia,* (Kudus: Menara Kudus, 2017), h. 74

c. Firman Allah SWT An Nisa ayat 6 :

فَإِذَا دَفَعْتُمْ إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ فَأَشْهِدُوا عَلَيْهِمْ

"Kemudian apabila kamu menyerahkan harta kepada mereka, maka hendaklah kamu adakan saksi-saksi (tentang penyerahan itu) bagi mereka.''

4. Hukum Menerima *Wadi'ah*

   1. Sunah bagi orang yang percaya kepada dirinya bahwa dia sanggup menjaga titipan yang diserahkan kepadanya.
   2. Mubah, hukum menerima benda titipan dapat berhukum mubah (boleh) jika seorang mengatakan kepada si penitip bahwa dirinya khawatir akan berkhianat namun si pentitip yakin dan tetap mempercayai bahwa orang tersebut dapat diberikan amanah.
   3. Haram, apabila dia tidak kuasa atau tidak sanggup menjaga barang yang dititipkan sebagaiman mestinya, karena seolah-olah ia membukakan pintu untuk kerusakan atau lenyapnya barang yang dititipkan itu.
   4. Wajib, hukum menerima benda titipan dapat berhukum wajib jika tidak ada orang jujur dan layak selain dirinya.
   5. Makruh, yaitu bagi orang yang dapat menjaganya, tetapi ia tidak percaya kepada dirinya boleh jadi kemudian hari hal itu akan menyebabkan dia berkhianat terhadap barang yang dititipkan kepadanya.[56]

[56] Sulaiman rasyid , *Fiqh Islam* (Bandung, Sinar Baru, 2014), h. 330

F. Giro *Wadiah*

1. Pengertian Giro Wadiah

Yang dimaksud dengan giro *wadiah* adalah adalah giro yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Dalam konsep *wadiah yad al-dhamanah,* pihak yang menerima titipan boleh menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan. Hal ini berarti bahwa *wadiah yad dhamanah* mempunyai implikasi hukum yang sama dengan *qardh,* yakni nasabah bertindak sebagai pihak yang meminjamkan uang dan bank bertindak sebagai pihak yang dipinjami. Dengan demikian, pemilik dana dan tidak boleh saling menjanjikan untuk memberikan imbalan atas penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang titipan tersebut.[57]

Dalam kaitannya dengan produk giro, Bank Syariah menerapkan prinsip *wadiah 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 untuk mengelola dana titipan dengan tanpa mempunyai kewajiban memberikan bagi hasil dari keuntungan pengelolaan dana tersebut. Namun demikian Bank Syariah diperkenankan memberikan insentif berupa bonus dengan catatan tidak disyaratkan sebelumnya.

---

[57] Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2014), h. 352

Dari pemaparan diatas, dapat dinyatakan beberapa ketentuan umum Giro Wadiah sebagai berikut: Dana *wadiah* dapat digunakan oleh bank untuk kegiatan komersial dengan syarat bank harus menjamin pembayaran kembali nominal dana *wadiah* tersebut. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana menjadi hak milik atau ditanggung bank, sedang pemilik dana tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai suatu insentif untuk menarik dana masyarakat tapi tidak boleh diperjanjikan di muka. Pemilik dana wadiah dapat menarik kembali dananya sewaktu-waktu (*on call*), baik sebagian maupun seluruhnya.

2. Landasan hukum giro *wadi'ah*

Landasan hukum giro *wadi'ah* dalam perbankan syari‟ah berpacu pada ketentuan hukum Al-Qur‟an, Hadis, dan Ijmak.

1. Al-Qur'an

Ketentuan Al-Qur'an mengenai prinsip *wadi'ah* dapat kita liat dalam Surat an-Nisa ayat 58 yaitu:

۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ
ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِۚ إِنَّ ٱللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِۦٓۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ
سَمِيعَۢا بَصِيرٗا ٥٨

Artinya :*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan 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.[58]

Dalam ayat diatas allah menjelaskan bahwasannya dalam melakukan perserikatan atau kerjasama, sebaiknya jangan sampai menimbulkan ke zaliman bagi yang lain yakni dengan meminta tambahan dari keuntungan yang di peroleh. Dalam ayat ini juga dijelaskan bahwa sangat sedikit umat muslim yang tidak berbuat zalim dalam kerjasama atau perserikatan dengan rekannya, mereka itulah yang dikatagorikan sebagai orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang shaleh.

Selain itu hukum *wadi'ah* juga terdapat dalam Surat al Baqarah ayat 283 yaitu:

۞ وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ ٢٨٣

Artinya: "Dan jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.[59]

---

[58] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Terjemah Bahasa Indonesia,* (Kudus: Menara Kudus, 2017), h. 87

[59] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an*,.....,h .87

Makna dari ayat di atas yaitu firman-nya maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Bahwa tansaksi gadai masih belum jadi keculi bila barang jaminan telah dipegang, seperti yang dikatakan oleh mazhab syafii dan jumhur ulama. Sedangkan ulama yang lainnya, dari ayat ini mengambil kesimpulan dalil diharuskan bagi terealisasinya gadai, barang yang digadaikan diterima oleh tangan orang yang memberikan pinjaman.pendapat ini merupakan suatu riwayat dari imam Ahmad dan dianut oleh segolongan ulama.

3. Fitur Dan Mekanisme Giro

Giro merupakan sebuah cadangan simpanan pada bank umum dan bisa disebut sebagai sumber dana yang murah bagi bank, karena biaya dalam giro relatif lebih rendah dibanding dengan bunga tabungan yang telah ditetapkan oleh bank konvesional.

Menurut undang-undang perbankan indonesia 1992/1998 pasal (1) Giro adalah simpanan yang penarikaannya dapat dilakukan cek, bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.

Untuk pengertian giro syari'ah sendiri tidak berbeda dengan konvesional,hanya saja, dengan giro syariah dalam mekanisme serta operasionalnya harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang sudah disah kan oleh dewan syariah Nasional nomor 86/DSN-MUI/XII/2012 tentang hadiah dalam penghimpunan dana lembaga keuangan syariah giro adalah simpanan dana masyarakat yang bertujuannya memudahakan

transaksi bisnis yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mengunakan cek bilyet, giro, dan/atau lainnya dipersamakan dengan itu.

Dalam syariah, giro terbagi menjadi dua mekanisme, sesuai dengan fatwa yang telah dikeluarkan oleh dewan syariah nasional Nomor 001/DSN-MUI/IV/200 yaitu giro berdasarkan akad mudharah.[60]

a. Giro atas dasar akad Wadiah

1. bank bertidak sebagai penerimaan dana titipan dan nasabah bertindak Sebagai titipan dana
2. Bank tidak digunakan menjajikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah
3. bank dapat membebankan nasabah kepada nasabah biaya administrasi
4. Berupa biaya-biaya yang terikat langsung dengan biaya pengolahan
5. Rekening antara lain biaya cek/bilyet giro,biaya materai,cetak laporan Teransaksi dan saldo rekening,pembukaan dan penutupan rekening;
6. bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah
7. dana titapan dapat diambil setiap saat oleh nasabah.[61]

b. Giro atas akad mudharabah

1. bank bertindak sebagi pengola dana(mudharib) Dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (shahibul maal)
2. pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati
3. bank dapat membebankan kepada nasabah biaya admintrasi berupa Biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengolahan rekening

[60] Fatwa Dewan Syariah Nomor 001/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Giro
[61] Muhamad, *Manajemen Dana*,.....,h 38

antara biaya cek/bilyet giro, biaya materia, cetak laporan transaksi dan saldo rekening,pembukaan dan penutupan rekening.

4. bank tidak diperkenalkan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa Persetujuan nasabah.[62]

[62]Muhamad, *Manajemen*.....,h .33

BAB III
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah singkat BNI Syariah

Tempaan krisi moneter tahun 1998 membuktikan ketangguhan Sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, Transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berdasarkan pada undang-undang No.10tahun 1998, pada tanggal 29 april 2000 didirikan unit usaha syariah (UUS)BNI denagn 5 kantong dicabang yogyakarta,malang pekalongan,jepang dan banjarmasi. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor dan kontorcabang pembantuan.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah dikantor cabang BNI syariah dengan lebih kurang 1500 oulet yang tersebar seluruh wilayah indonesia dalam pelaksanaan oprasional perbankan,BNI syariah tetep memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah,dengan dewan pengawasan syariah (DPS) yang saat ini diketahui oleh KH. Ma'ruf amin,semua produk BNI syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan keputusan gubernur bank indonesia Nomor 12/41/kep.GB/2010 tanggal 21 mei pemberian izin untuk kepada PT bank BNI syariah.dan dilam kantor corporate plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off tahun 2009.rencana* tersebut terlaksa pada tanggal 19 juni 2010 dengan beroprasinya BNI syariah

sebagai bank umum syariah (BUS). Realisasi waktu spin 0ff juni 2010 tidak terlepas dari faktor esternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang surat berharga syariah Negara (SBSN) dan UU No .19 tahun 2008 tentang perbankan syariah. Syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang BNI syariah mencapai 65 kantor cabang,161 kantor cabang Pembantu,17 kantor kas, 22mobil layanan gerak dan payment point.[63]

Saat ini bank-bank syariah telah banyak beroprasi diberbagai wilaya indonesia termasuk diwilaya kota bengkulu.salah satunya BNI syariah kota bengkulu bank ini berada di Ji.jendral sudirman No.41-43 RT. 09 RW.13kelurahan tengga padang pembantuan di jl.semangka RT.15 kelurahan panorama, bengkulu.pada bank BNI syariah ada beberapa produkyang salah satunya deposito.

Untuk cabang BNI syariah cabang kota bengkulu diresmikan pada bulan april 2012, Dan terdapat BNI syariah KC mikro dibengkulu pada tahun 2013.kemudian BNI syariah cabang kota bengkulu membuka cabang didaerah muko-muko.seluma manna dan ketahun.

B. Visi dan Misi

1**.** Visi BANK syariah

[63] http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah, diakses tanggal 28/11/2018 pukul 20:27 WIB.

“menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan Kinerja”

2. Misi BNI syariah

a. memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.

b. memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.

c. memberikan nilai investasi yang optima bagi investor.

d. menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perhujudan ibadah.

e. menjadi acuhan tata kelolah perusahaan yang amanah.

C. Struktur organisasi BNI syariah kota bengkulu

Struktur organisasi BNI syariah kota bengkulu menggunakan desain model Model horizontal, model ini dibuat dengan menarik garis seraca horizontal dengan pembagian fungsional masing-masing bersama tugasnya masing –masing. Bagian struktur adalah sebagai berikut:

1. *Branch Manager*

a. Mengelolah secara optimal sumber daya cabang agar dapat mendukung kelancaran oprasi cabang.

b. mengkoordinir rencana kerja dan anggaran perusahaan tahunan cabang.

c. menetapkan dan melaksanakan manajen pemasaran produk bank guna mencapai tingkat valume atau sasaran yang telah ditetapkan baik pendanaan maupun jasa jasa.

2. *Operational Manager*

a. menyenggarakan pelayanan dan pengadministrasian atas transaksi-transaksi perbankan.

b. Menyelengarakan pelaporan transaksi kegiatan jasa-jasa perbankan, pemupuan likuiditas dan pembiayaan.

a. *operational* manager membawahi:

b. *customber servis head (*CSH)

c. *financing adminitration head* (FAH)

d. *back officer head (BOH)*

3. *Branch Internal Controller (*BIC)

a. membantu kepala cabang dalam melaksanakan fungsi pengwasan cabang

b. memilih kercermatan dan ketelitian dan *acunting.*informasi keungan serta laporan laporan lain

c. mendorong dipatuhinya ketapatan atau kebijakan yang digariskan oleh kantor pusat, kantor cabang maupun bank indonesia.

4. SME *Financing Head* (SFH)

a. menyusun terget volume sasaran kegiatan kerja dibidang pembiayaan produktif.
b. menyelenggarakan penelitian potensi ekonomi maupun kegiatan usaha setempat.
c. mencari nasabah-nasabah untuk memasarkan produk pembiayaan produktif

5. *Sales Head* (SH)
   a. menyusun target volume sasaran kegiatn dibidang konsumtif dan pendanaan.
   b. menyelenggarakan penelitian potensi ekonomi setempat.
   c. mencari nasabah-nasabah untuk memasarkan produk pembiayaan konsumtif dan pendanaan lainya. SH membawahi:
      1. *sales officer* (SO)
      2. *sales Assistsnt* (SA)
6. *Processing Head* (PH)
   a. Memastikan bahwa semua pembiayaan, penamahan pembiayaan atau *sross Clearing* telah mendapatkan persejutuhan penjahat yang berwenang sesuai dengan limit
   b. memastikan kebenaran admintrasi atau pembiyaan yang diberikan
   c. mamastikan bahwa fisik jaminan sesuai dengan nilai dan lokasi CPH membawah:
      1. *custumber processing assitanni* (CPA)
      2. *collection asstant* (CA)

7. *Customer Service Head* (CSH)

   a. menyelenggarakan dan melakukan pembantuan pelayanan.

   b. menyusun terget untuk mencapai indeks kualitas pelayanan (IKP)

   c. memeriksa aplikasi pembukuan rekening dan transaksi harian. CSH membawah:

      1. customber service (CS)

      2. teller

8. *financing Adminitration Head* (FAH)

   a. memeriksa mutasi harian.

   b. kebenaran postingan.

   a. Menyiapkan suatu penyelenggaraan akad-akad pembiayaan dan pengadministrasian FAH membawahi:

      1. *financing administrasio assistant* (FAA)

      2. *oprational assistant* (OA)

9. *Back Office Head* (BOH)

   a. mengelola secara optimal fasilitas fisik cabang untuk munjang pelayanan kantor cabang.

   b. meyediakan dan mensupport kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan fasilitas cabang.

   c. mengawasi dan menyusun penyelenggaraan administrasi aset cabang. BOH membawahi *administrasi assistant* (ADA)[64]

[64] Nine Aprilianti, *Funding Assistant*, Wawancara pada tanggal 24 desember 2018

Tabel 3.2

Daftar pegawai BNI syariah kota bengkulu

No	Nama pegawai	Posisi/jabatan
1	Amirudin Umar	Branch manager
2	Wahyu Kota bumi	Operational manager
3	Rachmat putra	SMEFH
4	Novan Zaman H	FAH
5	Rahmi Andriani	Sales head
6	Rahma Hasanuddin	CSH
7	Novlen	PH
8	Trisnu Edy winata	Sales Operational
9	Adietya muhlizar	SMEAO
10	Fahrul	PA
11	Bella Anindita putri	PA
12	Ray nandi Pratama	CA
13	Nine Aprilianti	FA
14	Gina erlinda	FA
15	Ruri inayati	CS
16	Ade Nova subrata	PA
17	Uciany Prastiamukti	FAA
18	Nofrianda karna	BOH
19	Boby Hardiansya P	SA
20	Muhamammad Arifin	Teller
21	Rapika Kusmati	Teller
22	Rahmatin Nadia	Teller
23	Helna tri Agustini	Teller
24	Tita Melina	ADA
25	Rahmatin Putrado	SA
26	Diga	SME
27	Mutia Hany	BIC
28	Handriko	Trance
29	Radias sundro	Traince
30	Muhammad Iqbal	OA
31	Erlin priadi	FA
32	Herman Fauzi	DS
33	Eka Aprianto	Driver
34	Eka Wartono	Driver
35	Gatra setyo Widaya	Driver
36	Mardiansyah	Pelayan
37	Slamet Santoso	Cleaning
38	Nurdianto	Secuty
39	Komar Iswari	Secuty
40	Miko sutomo	Security

41	Mulyadi kadri	Driver
42	Alvianda Eko Wiranto	DS
43	Egi Edwin putra	Security

Sumber: Data BNI Syariah Kota Bengkulu

D. Produk penghimpunan dana BNI syariah kota Bengkulu

1. Tabungan IB Hasanah

tabungan dengan berbagai fasilitas transaksi seperti e-banking,sms banking,dan lain-lain. Tabungan iB hasanah menurut para bankir BNI syariah adalah:''simpanan transaksional yang penarikannya hanya dapat dilakukan menggunakan syarat tertentu,tidak dapat ditarikdengan cek/giro.''tabungan iB hasanah merupakan simpanan dalam bentuk mata uang rupiah yang dikelolah berdasarkan prisp syariah dengan akad mudrabah muthalaqah atau simpan berdasarkan akad wadiah.

Fasilitas yang dimiliki:

a. tersediah pilihan dengan akad mudrabah atau wadiah.
b. bebas biaya administrasi bulanan untuk akad wadiah
c. buku tabungan
d. BNIsyariah card silver
e. Aoutodebet untuk pempayaranberbagai tagihan atau setoran bulanan tabungan IB hansanah dan tabungan iB Thi hasanah
f. dijamin oleh LPS (lembagan penjamin simpanan)
g. dapat dijadikan angunan pembiayaan.

2. Tabungan iB Prima Hasanah

Tabungan bagi nasabah ‘’high networt’’dengan bagi hasil yang lebih Komplit. Tabungan dengan manfaat lebih berupa fasilitas transaksi e-banking dan fasilitas *executive lounge* bandara yang telah bekerjasama dengan BNI syariah, simpanan transaksi yang ditunjukkkan bagi nasabah prima BNI syariah, yang dikelolah berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudrabah muthlaqah.

Fasilitas yang dimiliki

a. buku tabungan
b. BNI syariah card gold dengan limit transaksi penarikan tunai di ATM transaksi lebih besar.
c. *Excecutive lounge* dibandara yang kerja sama dengan BNI syariah
d. Aoutodebet untuk pembayaran berbagai tagihan atau setoran bulan tabungan iB hasanah dan tabungan Ib THI hasanah.
e. Dijamin oleh LPS (lembaga penjamin simpanan)
f. Dapat dijadikan angunan pembiayaan

3. tabungan iB Bisnis Hasanah

Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih Detail, bagi hasil yang kempetitif serta berbagai fasilitas transaksi e banking.

Fasilitas yang dimiliki:

a. Buku tabungan.
b. BNI syariah card gold dengan limit transaksi penarikan tunai dan tranfer lebih besar.
c. *Executive laouge* dibandara yang bekerja sama dengan BNI syariah.

d. *Autodebet* untuk pembayaran berbagai tagihan atau setoran bulanan tabungan Ib hasanah dan tabungan IB dan tabungan Ib THI hasanah.

e. Dijamin oleh LPS (lembaga penjaminan)

f. Dapat dijadikan anggunan pembiayaan.

4. Tabungan iB THI Hasanah

Tabungan untuk perencanaan perjalanan haji yang dikelolah secara syariah dengan sisitem setoran bebas atau bulanan dan terekomendasi dengan SISKOHAT Kementrian Agama sehingga proses mendapatkan nomor porsi haji jadi lebih mudah.

Fasilitas yang dimiliki:

a. Buku tabungan

b. *Autokredit* untuk setoran bulanan dari rekening tabungan iB Hasanah/Bisnis Hasanah/Prima Hasanah.

c. Perlindungan asuransi kecelakaan diri.

5. Tabungan iB Tapenas Hasanah

Tabungan untuk perencanaan masa depan dengan sistem setoran bulanan dan manfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana lainnya.

Fasilitas yang dimiliki:

a. Buku tabungan.

b. Tersediah pilihan jangka waktu minimal 1 (satu) tahun dan maksimal 18 (delan belas) tahun.

c. Autokredit untuk setoran bulanan dari rekening tabungan Ib hasanah.

6. Tabungan iB Tunas Hasanah

Tabungangan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia dibawah umur 17 tahun. Tabungan ini disertai dengan kartu ATM atas nama anak dan SMS notifikasi.

Fasilitas yang dimiliki:

a. ATM atas nama anak dengan maksimal transaksi Rp.500.000,-/hari
b. layanan transaksi perbankan secara ele,tronik.
c. layanannotifikasi transaksi via SMS kepada orang tua anak
d. ATM dapat digunakan sebagai kartu debit di misin EDC BNI.
e. setoran dapat dilakukan melalui cash deposito machine (CDM).

7. Giro iB Hasanah

Simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelolah dalam prinsip syariah dengan alat pembayaran berupa cek dan bilyet giro.

Fasilitas yang dimiliki:

a. Tersedia buku cek dan bilyet giro.
b. Tersedia dalam pilihan beberapa mata uang: Rupiah dan US Dollar
c. *Online,* dan kemudahan bertransaksi untuk penyetoran maupun penarikan uang tunai di 239 Outlet regular BNI Syariah dan penyetoran uang tunai di lebih dari 1.500 kantor BNI dengan layanan syariah di seluruh indonesia.
d. Fasilitas *Intercity Clearing,* memberikan kemudahan penarikan cek/bilyet giro dari bank-bank seluruh indonesia.

8. Deposito iB Hasanah

Investasi berjangka yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan-perusahaan. Pengelolah dana disalurkan melalui pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah dan memberikan bagi hasil yang kompetitif sesuai dengan akad.

Fasilitas yang dimiliki:

a. Bilyet Deposito
b. Tersedia berbagai pilihan mata uang (Rupiah dan USD) dan jangka waktu (1, 3, 6, dan 12 bulan) untuk sistem kapitalisasi jangka waktu yang tersedia 6 dan 12 bulan.
c. Tersedia pilihan perpanjangan secara otomatis (*Automatic Roll Over/*ARO) dan tidak otomatis (Non *Automatic Roll Over/*ARO) pada saat jatuh tempo.[65]

[65] Data Brosur BNI Syariah Kota Bengkulu

BAB IV

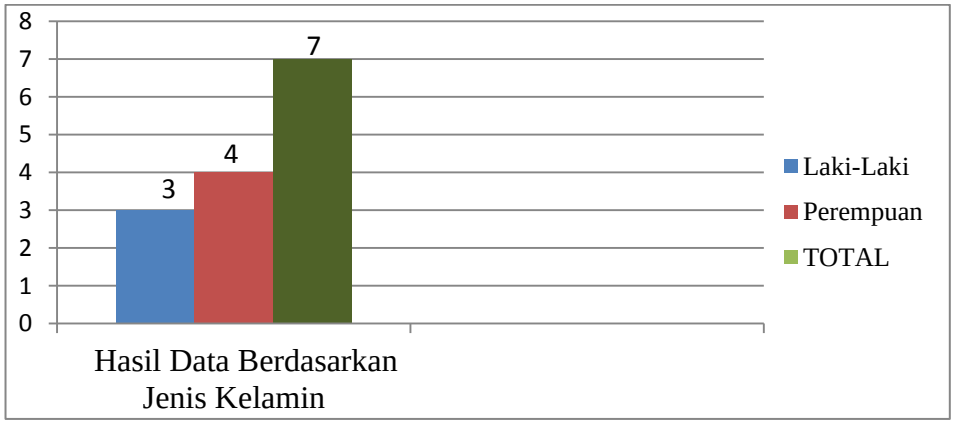
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI RESPONDEN

Responden dalam penelitian ini adalah 2 (dua) orang karyawan bagian Pemasaran *(marketing)* BNI Syariah Kota Bengkulu dan 5 (lima) orang nasabah yang mengunakan produk gira wadiah dengan menganalisa informan dalam penelitian mengenai optimalisasi manajemen pemasaran produk penghimpunan dana giro wadiah di Bank BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu. Penelitian ini juga dilakukan kepada nasabah dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* yang artinya sampel yang terpilih berdasarkan pertimbangan tertentu.

1. Responden Berdasarkan jenis kelamin

Gambar 4.1
Data Responden Berdasarkan jenis kelamin



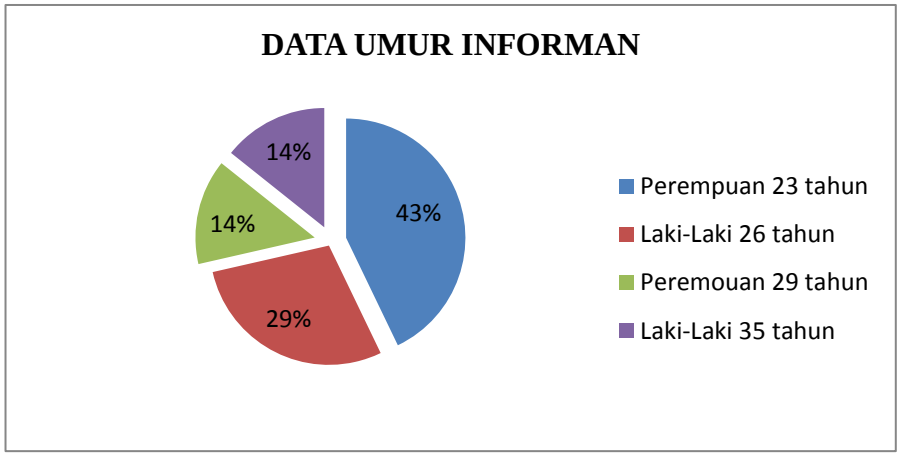
Sumber: Hasil Wawancara Pada Tanggal 22 April 2019.

Dari gambar 4.1 dapat diketahui data jenis kelamin dari 7 orang informan pada penelitian ı Laki-laki berjumlah 3 orang atau 42,8% dan perempuan berjumlah 4 orang atau 57,2%.

2. Responden berdasarkan Umur

Berdasarkan umur 7 informan dari penelitian ini yaitu umur 23 berjumlah 3 orang atau 43%, umur 26 berjumlah 2 orang atau 29%, umur 29 berjumlah 1 orang atau 14%, dan umur 35 berjumlah 1 orang atau 14%.

Gambar 4.2



Sumber: Hasil Wawancara Pada Tanggal 22 april 2019.

B. Hasil Penelitian

1. Apa saja yang dilakukan oleh manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk membuka rekening giro wadiah

Optimalisasi pemasaran sangat penting dilakukan bagi perusahaan untuk langkah memasarkan produk terutama dalam penghimpunan . manajemen pemasaran yang dilakukan haruslah direncanakan dengan matang agar tercapai target yang di inginkan sedangkan manajemen pemasaran sendiri merupakan strategi yang dilakukan majemen dalam memasarkan atau meinformasikan produk kepada masyarakat suapaya meningkat minat terhadap produk penghimpunan dana giro wadiah. Dana giro wadiah merupakan dana tabungan

untuk menghimpun dana dari masyarakat yang dalam produk tersebut tidak terdapat bagi hasil tetapi melainkan terdapat bonus – bonus dan dalam penghimpunan nya berupa penyimpanan asset /tabungan yang dapat di cairkan hanya dengan menggunakan cek. dalam hal hal ini optimalisasi yang dapat dilakukan oleh pemasaran oleh BNI Syariah Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Bella Anindita Putri sebagai *assisten funding* menjelaskan :

> *"Dalam hal penghimpunan dana giro wadiah yang biasa kami lakukan yaitu mempromosikan kepada nasabah yang ingin membuka tabungan baru tetapi agak sulit melakukannya karena dana giro wadiah hanya sebatas titipan saja tidak adanya bagi hasi serta pembukaan rekening giro wadiah yang dilakukan oleh perusahaan tidak bisa dilakukan oleh perorangan/individual "* .[66]

Selanjutkan lebih ditail Ibu Bella Anindita Putri menjelaskan tentang strategi produk, place, price, promotion yang dilakukan agar meningkatkan jumlah nasabah untuk membuka rekening giro wadiah.

Berdasarkan hasil wawancara ibu Bella anindita putri menyebutkan bahwa:

> *"..Produk, place, price, promotion iya produk promosi itu sangat membantu dalam memasarkan produk giro wadiah dan termasuk dalam perencanaan yang dilakukan umtuk pemasaran produk pemghimpunan dana giro wadiah "*

Adapun produk tersebut yaitu :

a. Produk *(product)*

[66] Bella anindita putri, *Asisten Funding*, Wawancara tanggal 22 April 2019

BNI syariah memiliki berbagai produk yang variatif baik dalam pendanaan maupun pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah. Salah satunya adalah produk tabungan yang memiliki oleh BNI Syariah Kota Bengkulu yaitu optimalisasi pemasaran.

b. Harga *(price)*

Ibu bella anindita putri menjelaskan"

> *''Dalam produk tabungan deposito mudharabah, semua nasabah dan calon nasabah BNI Syariah bisa menginvestasikan dananya dalam bentu deposito akan tetapi ada beberapa ketentuan yang ditetapkan oleh pihak Bank. Dalam hal ini BNI Syariah Kota Bengkulu menetapkan menimal tabungan deposito yang dapat di investasikan adalah Rp.1.000.000 dan terdapat jangka waktu yang ditetapkan yaitu selama 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan sampai 12 bulan. Dalam kurang waktu tersebut dana bisa diambil jika sudah tanggal jatuh tempo''*[67]

c. Promosi *(promotion)*

Secara garis besar terdapat 4 macam cara promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah Kota Bengkulu dalam mempromosikan produknya terutama produk deposito mudharabah. Diantaranya:

1. Periklanan *(Adverising)*

Iklan adalah salah satu saran promosi yang digunakan oleh BNI Syariah guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. BNI Syariah melakukan pemasangan iklan melalui brosur, koran serta mengadakan kegiatan open teble dilokasi yang dianggap cukup strategis.sedangkan pada media

[67] Bella anindita putri, *Asisten Funding*, Wawancara tanggal 22 April 2019

elektronik BNI Syariah melakukan pemasangan iklan melalui radio, internet dan sebagainya.

2. Promosi penjualan *(sales promotion)*

Selain melakukan promosi melalui media periklanan, BNI Syariah kota Bengkulu juga melakukan *promation* penjulanan atau meningkat jumlah nasabah, seperti yang dilakukan oleh BNI Syariah Kota bengkulu, pihak bank melakukan memperkenalkan produk giro wadiah dengan cara sosialisasi secara personal dan kelompok. Untuk cara personal dilakukan dalam lingkup keluarga marketing dan sosialisasi secara kelompok dilakukan dengan memilih beberapa instansi tersebut. Tidak jarang pula pihak bank memberikan *dorprize* kepada nasabah yang termasuk dalam kategori nasabah potentisial misalnya memberi kejutan pada hari ulang tahun yang bisa dilakukan seperti kue ulang tahun, itu seperti hal yang sepeletapi berdampak cukup besar terhadap kepercayaan nasabah kepada pihak bank.

3. Publitas *(publicity*)

Publitas merupakan cara promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank didepan para calon nasabah seperti melakukan kegiatan *sponsorhsip* terhadap suatu kegiatan amal, atau olaraga. Dalam hal ini BNI Syariah Kota Bengkulu sering mengadakan acara bakti social dalam *event* tertentu. Serta melakukan *open table* pada kegiatan kemasyarakatan dengan

demikian diharapkan akan menjadi salah satudaya tarik masyarakat untuk menjadi naabah BNI Syariah Kota Bengkulu.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu Bella anindita putri, menjelaskan bahwa :

> *Yang paling dominan itu promosi karena setiap produk memiliki dana simpanan nasabah jadi kalau kita menjual nasabah itu kencang dipromosi apa yang kita bisa jual dibedain produk kita sama produk orang lain misalnya buka tabungan 10 juta bisa dapat hadiah gimix apa contoh dapat payung kecil, tempat minum.*[68]

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa optomalisasi yang dilakukan BNI Syariah KC. Bengkulu dalam manajemen pemasaran produk penghimpunan dana giro wadiah belum cukup optimal dikarenakan belum adanya terencana dengan baik tentang bagaimana upaya meningkatkan penghimpunan dana wiro wadiah akan tetapi dalam hal Promosi penjualan *(sales promotion)* sudah cukup baik dengan melakukan promosi melalui media periklanan, BNI Syariah kota Bengkulu juga melakukan promation penjulanan atau meningkat jumlah nasabah, seperti yang dilakukan oleh BNI Syariah Kota bengkulu, pihak bank melakukan memperkenalkan produk giro wadiah dengan cara sosialisasi secara personal dan kelompok. Untuk cara personal dilakukan dalam lingkup keluarga marketing dan sosialisasi secara kelompok dilakukan dengan memilih bebreapa instansi tersebut.

Tidak jarang pula pihak bank memberikan *dorprize* kepada nasabah yang termasuk dalam kategori n

[68] Bella anindita putri, *Asisten Funding*, Wawancara tanggal 22 April 2019

nasabah potentisial misalnya memberi kejutan pada hari ulang tahun yang bisa dilakukan seperti kue ulang tahun, itu seperti hal yang sepeletapi berdampak cukup besar terhadap kepercayaan nasabah kepada pihak bank.

Hasil wawancara dengan ibu Bella anindita putri menjelaskan bahwa:

> *Bagaimana cara syariah membuka rekening giro wadiah promosi rajin kelapangan, intasi nawarkan produk syariah gimix itu hadiah yang paling pening untuk nasabah, selain itu vix up servis itu antar jemput setoran tanpa dipunggut biaya sepesir pun.*[69]

Dari data di atas dimana cara marketer syariah menarik nasabah dengan cara promosi kepada nasabah, dengan cara rajin kelapangan berarti BNI Syariah dari data di atas sudah melakukan pemasaran pada produk giro wadiah dengan melakukan adanya hadiah yang di tawarkan dengan nasabah selain itu servis yang dilakukan pihak bank kepada nasabah sehingga nasabah puas dengan pelayanan di bank BNI Syariah.

b. Faktor-faktor apa sajakah yang mendorong Bapak/ ibu dalam membuka rekening giro wadiah

1. Apakah aspek-aspek yang paling dominan dalam meningkatkan minat nasabah.

Dalam hal ini Ibu Bella Anindita Putri, menjelaskan bahwa:

> *Minat menabung ibu jual layanan salah satunya vix up servis ini misal kalau ada nasabah itu tidak sempat ngantri , tidak sempat*

[69] Bella anindita putri, *Asisten Funding*, Wawancara tanggal 22 April 2019

mau setor kebank disini pihak bank bangun hubungan emosional jadi kalau kita udah punya keterikatan emosional jadi kita bisa menarik nasabah gix juga kalau vix up servis itu emng benar-benar membantu jadi nasabah yang malas datang kebank.[70]

Dari data di atas bahwasanya aspek yang paling dominan dalam meningkatkan nasabah yaitu dengan meningkatkan pelayanan kepada nasabah dan mempermudahkan nasabah dalam bertransaksi agar nasabah puas dalam pelayanan yang di dapat di bank BNI Syariah tersebut, dengan cara pelayanan yang puas maka nasabah akan senang dalam melakukan transaksi di banK BNI Syariah tersebut.

2. Apakah optimalisasi manajemen pemasaran yang sudah dilaksanakan mampu menarik perhatian nasabah untuk memilih produk giro wadiah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu Bella anindita putri, menjelaskan bahwah:

Ya mampu menarik nabah, open table itu kayak kanpasing itu itu kayak tutor keperumah-perumahan, kita buka open table itu kayak hari minggu dipantai dari jam 7 sampai jam 9 terus kemari dari januari sampai maret kita ada namanya H salingday. Hasan hasling itu progam BNI Syariah untuk meningkatkan tabungan pembiayaan jadi itu open table buka buot jadi jadi itu pilih salah dulu dan juga kesekolah-sekolah itu biasa dibantu juga misalnya kayak gaji guru, keintutusi misal kediksan-dinas, koprasi itu tidak apa- apa ditawari

[70] Bella anindita putri, *Asisten Funding*, Wawancara tanggal 22 April 2019

namany marketing yaitu nama mencari nasabah.[71] Dalam produk deposito nasabah bagi hasil telah ditentukan oleh pihak BNI Syariah Kota Bengkulu dan nasabah memiliki beberapa lama jangka waktu dalam investasi produk deposito mudharabah dengan jumlah investasi menimal Rp.1.000.000 setelah dana nasabah yang investasikan diterima oleh pihak BNI Syariah Kota Bengkulu maka pihak bank menyalurkan dana tersebut kepada sektor-sektor ekonomi yang halal dalam bentuk pembiayaan.

Berdasarkan wawancara dari data di atas berarti bukan strategi 4 p saja yang di gunakan tapi banyak sekali yang di gunakan untuk menarik minat nasabah dalam mengambil produk di bank BNI Syariah dengan melakukan *event-event* dan adanya hadiah hadiah kepada nasabah dan adanya program-program yang di adakan oleh pihak bank BNI Syariah.

3. Apakah konsep-konsep pemasaran yang dilaksanakan selama ini sudah optimal untuk menarik nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu Bella anindita putri, menjelaskan bahwah:

Ya menurut kami sudah optimal pasang gimix terus open table ada Hasa Haslinya uah korseling sudah pembiayaan peminjaman sudah

[71]Bella anindita putri, *Asisten Funding*, Wawancara tanggal 22 April 2019

kami tawarin tabungan ada timbalil baliknya karena nabung disini tidak mengunakan biaya .[72]

Dari data diatas bahwasanya konsep-konsep pemasaran yang di lakukan selama ini sudah optimal dimana dalam timbal balik yang di lakukan BNI Syariah tidak menggunakan biaya. Berarti konsep-konsep pemasaran selama ini sudah optimal di lihat dari hasil wawancara yang dilakukan di bank BNI Syariah tersebut.

2. Faktor-faktor yang membuat nasabah tertarik membuka rekening giro wadiah di Bank BNI Syariah Kc Bengkulu

1. Faktor-faktor apa sajakah yang mendorong Bapak/ ibu dalam membuka rekening giro wadiah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu meri ulan mayang sari, menjelaskan bahwah:

Saya menggunakan produk giro wadiah sudah dua tahun lalu, yan saya membuat saya menarik dengan produk giro wadiah adalah yang terpenting tidak mengadung riba atau bunga dan pelayanannya sangat baik dalam melayani nasabah[73].

Menurut Bapak Badi harianto, menjelaskan bahwa :

"...Faktor-faktor yang mendorong saya membuka rekening giro yaitu karena saya melihat di perbankan syariah tidak ada riba, karena pelayanan nya bagus dan dalam menjelaskan produk tesebut

---

[72] Bella anindita putri, *Asisten Funding*, Wawancara tanggal 22 April 2019

[73] Meri Ulan Mayang Sari, *Nasabah Giro Wadiah*, wawancara pada tanggal 26 April 2019

saya senang karena tidak ada dikenakan biaya apapun dan tidak adanya bunga..".[74]

Berdasarkan wawancara di atas peneliti, dapat di simpulkan bahwa nasabah BNI Syariah kota bengkulu yang menggunakan produk giro wadia tertarik karene faktor syariah menjadi pertimbangan nasabah untuk dapat menggunakan produk-produk yang tidak mengandung unsur riba atau bunga.

2. Bagaimana pendapat Bapak / ibu mengenai pemasaran produk giro wadiah pada BNI Syariah kota bengkulu.

   Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu dwi wahyuni putrii , menjelaskan bahwah:

   > *Jika dilihat dari segi pemasaran produk giro wadiah pada BNI Syariah menurut saya pihak pemasarannya sudah cukup baik dan gesit memasarkan produknya mereka tau situasi nasabah yang menurut mereka potensial, karena sebelum saya menggunakan produk giro wadiah saya sudah membuka tabungan dan menjadi nasabah BNI Syariah pada saat itu ditawari langsung oleh pihak marketing pemasaran dan langsung memasarkan secara pribadi tentang produk giro wadiah dengan menawarkan bahwa bagi hasil yang ditawarkan cukup besar.*[75]

   Menurut saudari Mita ermaini, menjelaskan bahwa:

   > *"...Pihak marketing BNI Syariah sangat baik dalam memasarkan produk-produknya selain membagikan brosur mereka juga menawarkan secara langsung produk giro wadiah ini mereka menawarkan aspek kemaslahatan dengan sistem syariah, alasan utama saya menggunakan produk ini adalah tidak mengandung bunga, selain bagi hasil yang yang di dapat lebih tinggi saya berminat menggunakan produk giro wadiahini untuk investasi karena manfaat dan keuntungan yang akan di depan lebih besar..."*[76].

   Menurut saudara mubarok, menjelaskan bahwa:

---

[74] Badi Harianto, *Nasabah Giro Wadiah*, Wawancara pada tanggal 26 April 2019
[75] Dwi Wahyuni Putri, *Nasabah Giro Wadiah*, Wawancara pada tanggal 26 April 2019
[76] Mita ermaini , *Nasabah Giro Wadiah*, Wawancara pada tanggal 26 April 2019

"...Mengenai pemasaran pada BNI Syariah khususnya pada produk giro wadiah menurut saya pribadi cukup baik karena mereka bisa menarik nasabah dengan menjual brand syariahnya karena banyak orang termasuk saya yang tertarik dengan produk-produk yang bernuasa syariah...".[77]

Menurut saudara nurholis, menjelaskan bahwa:

"...Sejauh ini pemasaran yang dilakukan oleh pihak BNI Syariah kota bengkulu sudah cukup menyeluruh, karena kita sebagai nasabah sangat mudah jika ingin mengetahui informasi produk-produk yang ada pada bank, karena saya tahu produk giro wadiah dari salah satu mediah sosial mengenai hal tersebut, pemasaran yang dilakukan sudah cukup baik...".[78]

Berdasarkan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa mengenai pemasaran produk syariah dengan menggunakan promosi kepada masyarakat melalui media sosial, brosur-brosur dan media sosial dan juga menejelaskan brand dari produk syariah dan menjelaskan produk-produk syariah itu bagaimana dan seperti apa kepada nasabah dan masyarakat agar masyarakat banyak tahu mengenai produk produk syariah

3. Apakah syariah marketing yang yang dilakukan selama ini sudah mampu untuk untuk menarik minat Bapak/ ibu untuk membuka rekening giro wadiah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu Mita ermaini , menjelaskan bahwa:

Ya menurut saya Pihak marketing BNI Syariah sangat baik dalam memasarkan produk-produknya selain membagikan brosur mereka juga menawarkan secara langsung produk giro wadiah ini mereka

---

[77] Mubarok, *Nasabah Giro Wadiah*, Wawancara pada tanggal 26 April 2019
[78] Nurholis, *Nasabah Giro Wadiah*, Wawancara pada tanggal 26 April 2019

menawarkan aspek kemaslahatan dengan sistem syariah, alasan utama saya menggunakan produk ini adalah tidak mengandung bunga, selain bagi hasil yang yang di dapat lebih tinggi saya berminat menggunakan produk giro wadiah ini untuk.[79]

4. Apakah Bapak / ibu punya saran untuk meningkatkan produk penghimpunan dana giro wadiah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Bapak Mubarok, menjelaskan bahwa:

Saran saya terhadap bank BNI Syariah lebih meningkatkan promosi kepada masyarakat dan lebih menjelaskan produk-produk syarih tersebut, karena kebanyakan masyarakat tidak tahu tentang produk syariah itu apa dan masyarakat tidak mengenal apa saja produk yang ada di Bank BNI Syariah karena masyarakat banyak lebih paham tentang produk bank konvensional di banding produk-produk syariah.[80]

Dapat disimpulkan bahwa kebanyakan masyarakat belum paham mengenai produk syariah itu seperti apa dan juga belum paham produk-produk syariah tersebut. Maka perlunya promosi terus menerus dari pihak bank BNI Syariah agar masyarakat lebih paham mengenai apa itu produk giro wadiah tersebut, agar pemasaran yang dilakukan akan optimal dalam memasarkan produk syariah di Bank BNI Syariah tersebut.

Dari hasil penelitian di atas ,maka menurut analisa penulis yang di dapat dari wawancara dengan pihak Bank BNI Syariah dan nasabah dari Optimalisasi manajemen pemasaran produk penghimpunan dana giro wadiah di Bank BNI Syariah Kc. Kota bengkulu sudah cukup optimal dan memuaskan karena 4 p yaitu produk, place, price,

---

[79] Mita Ermaini, *Nasabah Giro Wadiah*, Wawancara pada tanggal 26 April 2019
[80] Mubarok, *Nasabah Giro Wadiah*, Wawancara pada tanggal 26 April 2019

promotion yang di terapkan sudah mampu untuk menarik nasabah tetapi dalam promosi yang di lakukan masih banyak masyarakat yang belum paham tentang produk syariah tersebut. Dan peningkatan nasabah belum terlalu banyak hanya sedikit saja setiap tahunnya dalam penambahan produk giro wadia tersebut.

D. Pembahasan

Apa saja yang yang dilakukan oleh manajemen pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah untuk membuka rekening giro wadiah.

Berdasarkan data yang di peroleh penulis melalui observasi dan wawancara untuk penelitian ini, maka dapat di uraikan di bawah ini mengenai Peran manajemen pemasaran di BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu dalam berupaya meningkatkan empat bauran pemasaran yang kenal dengan nama 4 P terdiri atas produk (*product*), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). Penjelasan dari 4 P antara lain BNI Syariah.

a. Produk dalam definisi philip kotler sebagai jasa produk bank secara langsung kepada nasabahnya yang menginginkan transaksi dengan mudah, aman, nyaman, dan bisa di lakukan dimanapun dan kapanpun.
b. Harga adalah jumlah nilai pertukaran untuk memperoleh suatu produk Syariah dengan menyiapkan fasilitas seperti brosur-brosur di BNI Syariah Kc Kota Bengkulu ini dapat memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi sehingga cukup banyak yang minat membuka rekening tabungan giro wadiah ini bisa di lihat dari banyaknya produk-produk yang ada BNI Syariah yang terus meningkat tiap tahunnya.

c. Tempat saluran distribusi disebut meningkat jumlah pemasaran tersebut dimana menurut David A revan terjadi secara kebetulan saja, namun ada yang berperan didalam nya salah satunya yaitu saluran distribusi. Dalam menjalankan peran, produksen ke konsumen telah melakukan berbagai upaya yang cukup baik untuk dapat meningkatkan jumlah nasabah.

d. Promosi merupakan suatu yang penting dalam bauran pemasaran ini, seperti kelebihan yang terdapat pada promotion di BNI Syariah Kc Kota Bengkulu baik dari segi jenisnya maupun fitur yang terdapat di dalamnya sudah cukup lengkap sehingga banyak keuntungan yang di akses, lebih praktis bebas antri, biaya lebih efektif, hemat waktu, bisa di lakukan dimana saja pada saat mengadakan promosi, memenuhi berbagai kebutuhan termasuk untuk membuka buku tabungan di lapangang, walaupun melewat transfer, pembayaran dari lain sebagai. Selain memberikan keuntungan bagi nasabah, bank juga mendapatkan keuntungan bagi nasabah, bank juga mendapatkan keuntungan bagi mendapatkan keuntungan seperti menarik nasabah minat nasabah untuk menggunakan produk giro wadiah tersebut.

Faktor-faktor apa sajakah yang membuat nasabah tertarik membuka giro wadiah di BNI Syariah Kc Bengkulu.

Berdasarkan hasil wawancara Ibu Bella Anindita Putri, menjelaskan bahwa:

Minat menabung ibu jual layanan salah satunya vix up servis ini misal kalau ada nasabah itu tidak sempat ngantri , tidak sempat mau setor kebank disini pihak bank bangun hubungan emosional jadi kalau kita udah punya keterikatan emosional jadi kita bisa.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan ibu meri ulan mayang sari, menjelaskan bahwah:

Saya menggunakan produk giro wadiah sudah dua tahun lalu, yan saya membuat saya menarik dengan produk giro wadiah adalah yang terpenting tidak mengadung riba atau bunga dan pelayanannya sangat baik dalam melayani nasabah.

Menurut Bapak Badi harianto, menjelaskan bahwa :

"...Faktor-faktor yang mendorong saya membuka rekening giro yaitu karena saya melihat di perbankan syariah tidak ada riba karena pelayanan nya bagus dan dalam menjelaskan produk tesebut saya senang karena tidak ada dikenakan biaya apapun dan tidak adanya bunga

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai optimalisasi manajemen pemasaran produk penghimpunan dana giro wadiah di Bank BNI Syariah KC Kota Bengkulu, dapat di simpulkan bahwa:

1. Manajemen pemasaran di BNI Syariah KC Kota Bengkulu sudah cukup baik, berbagai upaya telah di lakukan seperti promosi dengan mengadakan *event-event* dan hadiah yang menarik, melakukan sosisalisai dengan mengenalkan produk-produk yang berbasis syariah kepada nasabah dan masyarakat, tempat yang strategis, pelayanan kepada nasabah yang cukup baik.
2. Faktor faktor nasabah tertarik untuk membuka rekening giro tersebut yaitu tidak adanya riba, seluruh produk sesuai syariah, sistem bagi hasil, pelayanan produk yang beragam, dan promosi dari bank.

B. Saran

BNI Syariah Kc. Kota Bengkulu harus lebih giat melakukan sosialisasi dengan cara banyak bekerja sama dengan beberapa instansi dan perkantoran karena lebih di targetkan dan lebih giat melakukan promosi produk-produk di BNI Syariah

DAFTAR PUSTAKA

Al Arif M, Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Asnaini, dkk. *PedomanPenulisan Skripsi*. Bengkulu: IAIN Bengkulu. 2016.

Aldiansya, Fikri. *Optimalisasi stragtegi pemasaran produk depositi mudharabah pada kota bengkulu*. skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2018.

Alma, Buchari. *Manajamen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabet. 2015.

Amir, Mahmud, Rukmana. *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia.* Jakarta: Penerbit Erlangga. 2015.

Dahlan, Ahmad. *Bank Syari'ah, Teori, Praktik, Kritik.* Yogyakarta: Teras 2014.

Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Terjemah Bahasa Indonesia.* Kudus:Menara Kudus,2017.

Elhando, Badri Rico, *Strategi Pengelolaan Dana produk Giro Wadiah Pada Perbanka Syariah (Studi Perbandingan Pada PT. Bank MuamalatIndonesia Tbk dan PT, Bank Bukopin* Syariah, Skripsi 2015.

Fahmi Irham, *Manajemen Pebankan Konvensional & Syariah* (Jakarta:Mitra Wacana Media, 2015.

Fatwa Dewan Syariah Nomor 001/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Giro

Handoko, T. Hani, *Manajemen*, edisi 2. Yogyakarta: BPFE. 2014.

Husein, Umar. *Metode Penelitian, Untuk Skripsi dan Tesisi Bisnis*. Jakarta: Raja Grapindo Persada. 2015.

Institut Bankir Indonesia. *Konsep produk dan Implementasi Operasional Bank Syari'ah.* Jakarta: Djambatan.2015.Iskandar.

Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif) Jakarta: Gaung Persada Press. 2014.

Karim, A. Adiwarman. Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan.Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014.

Kasmir. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta: Rajawali Pers. 2013.

Kamsir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana. 2014.

Kurniawan, Ernie Tisnawati Sule. *Penghantar Manajemen*, Jakarta: Kencana. 2017.

Lusmanar, Hestiyara. *Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Produ Pembiayaan modal kerja di BPRS Suriyah Kacab. Semarang.* Sekripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto. 2015

Muhammad. Audit dan pengawasan syariah pada Bank Syariah. Yogyakarta: UII Press. 2017.

Muhammad. *Manajemen Bank Syariah.* Yogyakata: (UUP) AMP YKPN. 2014.

Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta:Rajawali Pers. 2015.

Rahma,*Kasi Umum di Bank BNI Syariah*. Wawancara, 30 September 2018, Pukul 09.30 WIB

Rasyid, Sulaiman. *Fiqih Islam,* Bandung: Sinar Baru. 2014.

Sjahdlini, Sutan Reny, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia.* Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. 2014.

Strauss Anselm, Juliet Corbin. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2014.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R dan D.* Bandung: Alfabeta. 2016.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* . Jakarta: Rineka Cipta. 2016.

Muhamad, Syafi'ai antonio. *Bank Syari'ah dari Teori Keprakti.* Jakarta: Gema Insani. 2017.

Sula Muhammad,Syakir, Muhammad, Hermawan Kartajaya. *Syariah Marketing.* Bandung: Mizan Media Utama. 2014

Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.2016.

Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah.* Jakarta : Djambatan. 2015.

Umam, Khaerul ,*Manajemen Perbankn Syariah*. Bandung: Pustaka Setia. 2014.

Yayasan Penyelenggara Penterjemah al Qur'an Depag RI, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Semarang: Al Waah, 2017)