

**STRATEGI PEMASARAN SYARIAH TABUNGAN IB HIJRAH
RENCANA DI BANK MUAMALAT KANTOR
CABANG PEMBANTU (KCP) MANNA**



SKRIPSI

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

OLEH:

ELIZA SEPTIANI

NIM 1611140210

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/1442 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Eliza Septiani, NIM 1611140210 dengan judul
"Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat
Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna", Program Studi Perbankan Syariah
Jurusan Ekonomi 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, 28 Desember 2020 M

Dzulhijah 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Syakroni, M.Ag

Amimah Oktarina, M.E

NIP. 195707061987031003

NIP. 199210212018012001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211

Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172

Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna”, oleh Eliza Septiani NIM. 1611140210, 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 : Jum'at

Tanggal : 5 Februari 2021 M/ 23 Jumadil Akhir 1442 H

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

Bengkulu, 16 Februari 2021 M

4 Rajab 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Desi Isnaini, MA
NIP.197412022006042001

Penguji I

Desi Isnaini, MA
NIP.197412022006042001

Sekretaris

Amimah Oktarina, M.E
NIP.199210212018012001

Penguji II

Aan Shar, M.M.
NIP. 198908062019031008

Mengetahui,
Dekan

Dr. Asnaini, M.A
NIP. 19730412 1998032003

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

Artinya: karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,..

(Alam-Nasyrah : 5)

“Kamu tidak akan pernah tau seberapa besar kemampuan kamu sebelum kamu
mencobanya”

(Dewi Astuti)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- 1. Orang tuaku Bapak Joyodi Ikhsan dan Ibu Analila Ratu Laili sebagai sumber semangat terbesar bagiku, terima kasih atas curahan kasih sayang, pengorbanan yang tiada terhingga serta do'a yang selalu mengiringi setiap langkahku.**
- 2. Saudara-saudaraku tercinta dan tersayang Aldi Ramanza, Algi Mansyah, Akbar Sula Iman yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil.**
- 3. Dosen pembimbing Bapak Drs. Syakroni, M.Ag dan Ibu Amimah Oktarina, M.E yang telah membagi ilmunya dan penuh kesabaran membimbing saya selama pembuatan skripsi ini.**
- 4. Sahabat-sahabatku terbaik Sela Marlianti, Befty Syalena, Era Mita, Indah Komalasari, Ilen Novita Sari, dan Anisa Mia Permata yang selama ini selalu memberikan dukungan, motivasi, semangat, nasehat dan bantuan.**
- 5. Teman-teman Seperjuangan Febi terutama Perbankan Syariah kelas F.**
- 6. Agama, Bangsa, dan Almameter yang telah menempahku.**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "**Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna**", 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 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 gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 07 Januari 2021 M

Muharram 1442 H

Mahasiswa Yang Menyatakan



Eliza Septiani
NIM.1611140210

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana Di Bank Muamalat
Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna
Oleh Eliza Septiani, NIM 1611140210.

Tujuan Penelitian ini Adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Tabungan iB Hijrah Rencana yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan sifat deskriptif kualitatif, Lokasi Penelitian Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna. Waktu penelitan dari 16 November sampai 30 Desember tahun 2020. Sumber data penelitian ini diperoleh dari, Sumber data primer diperoleh dari Bapak Bella Adani selaku Branch Manajer, Ibu Tiara Karunia Pratiwi selaku *Customer Service* sebagai Sampel untuk mengetahui apakah Masyarakat umum sudah tahu tentang Tabungan iB Hijrah Rencana dan untuk mengetahui Minat masyarakat. Sumber Data Sekunder diperoleh dari beberapa referensi penunjang yang terkait strategi pemasaran produk perbankan baik dari Buku-buku, jurnal, dokumen, dan website. Pengumpulan data penelitian menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Metode Analisis ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan cara induktif. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna yaitu menggunakan bauran pemasaran yang terdiri atas 6P yaitu: Produk (Product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion).

Kata Kunci: Tabungan, Strategi Pemasaran Syariah.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna”**.

Shalawat dan Salam juga tak henti penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga mendapatkan petunjuk kejalan yang lurus baik didunia maupun diakhirat. Penyusunan skripsi bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah (PBS) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag., M.H selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Asnaini, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Yosi Arisandy, M.M selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan, dan motivasi kepada penulis semasa kuliah.

5. Drs. M. Syakroni, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran dan kasih sayang kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Amimah Oktarina, M.E, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran dan kasih sayang kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

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

Bengkulu, 07 Januari 2021 M
Muharram 1442 H

Eliza Septiani
NIM.1611140210

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Penelitian Terdahulu	7
F. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	20
2. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	21
3. Informan Penelitian	21
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
5. Teknik Analisis Data	23
G. Sistematika Penulisan.....	24

BAB II KAJIAN TEORI

A. Pemasaran Syariah	26
B. Strategi Pemasaran Syariah.....	32

C. Tabungan.....	35
D. Tabungan iB Hijrah Rencana	38

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna	41
B. Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna.....	45
C. Gambar dan Arti Lambang Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna	45
D. Struktur Pegawai Bank Muamalat KCP Manna	46
E. Gambaran Kerja Organisasi Bank Muamalat KCP Manna.....	47

BABA IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan.....	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA	72
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	10
---------------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.: Struktur Pegawai Bank Muamalt KCP Manna	40
------------------------------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Pengajuan Judul Proposal
- Lampiran 2 : Lembar Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Lembar Catatan Perbaikan Proposal
- Lampiran 4 : Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 : Halaman Pengesahan Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 6 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 7 : Lembar Pedoman Wawancara
- Lampiran 8 : Surat Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 9 : Surat Balasan Izin Penelitian
- Lampiran 10 : Foto Dokumentasi Penelitian

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya bank Islam di Negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syari'ah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Akan tetapi prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank syariah di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Bank Syari'ah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip syari'ah sedangkan prinsip syari'ah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syari'ah.¹

Di era globalisasi, sebuah perusahaan harus mampu mengikuti perubahan yang terjadi baik di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Salah satu factor terjadinya perubahan dalam suatu perusahaan adalah adanya persaingan. Seiring dengan berkembangnya suatu bisnis yang membuat persaingan menjadi ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan tentunya memiliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan. Karena apabila strategi yang diterapkan perusahaan kurang tepat, maka strategi tersebut bisa mengakibatkan sebuah kerugian bagi perusahaan.

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk keberhasilan usaha perusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Strategi

¹ I.Abbas Afnan, "*Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Rencana Pada Bank Muamalat Cabang Manado*". Jurnal Administrasi Bisnis Vol.8 No.1. tahun 2019, h.55.

pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sarana.

Banyak perusahaan berlomba-lomba membuat strategi pemasaran untuk menarik pelanggannya. Hal tersebut juga terjadi pada industry perbankan, termasuk perbankan syariah. Demikian juga halnya Bank Muamalat terus melakukan kegiatan pemasaran secara terpadu. Terutama sekali melalui pengembangan produk dan beragam kegiatan promosi guna memacu pertumbuhan permintaan terhadap produknya.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh peneliti tentang produk-produk bank di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dan melakukan wawancara dengan Bapak Bela Adani selaku manajer bank tersebut beliau belum menjelaskan tentang pemasaran syariah tabungan iB Hijrah Rencana itu seperti apa sehingga peneliti menjadikan itu permasalahan.

Bank Muamalat KCP Kota Manna memiliki beberapa produk diantaranya:²

1. Tabungan iB Hijrah Prima
2. Tabungan iB Hijrah
3. Tabungan iB Hijrah Haji

² Observasi Awal, wawancara kepada Bapak Bela Adani tanggal 16 Desember 2020.

4. Tabungan iB Hijrah Prima Berhadiah
5. Tabungan iB Hijrah Rencana
6. Deposito iB Hijrah
7. Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul: **“Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna”**.

Dalam UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 ayat 2 menyatakan, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Dari pasal tersebut dapat disimpulkan bahwa sistem hukum perbankan di Indonesia bank sebagai intermediary bagi masyarakat yang surplus dana dan masyarakat yang kekurangan dana.³

Dikeluarkannya UU No 21 tahun 2008 harus di tanggapi positif bahwa ini merupakan salah satu bentuk perhatian pemerintah terhadap bank bagi hasil dari lebih populer dengan bank syariah. Menyadari hal itu prinsip bank syariah perlu di pertegas kembali, agar persepsi masyarakat yang memandang perbankan syariah sama dengan bank konvensional dapat dihilangkan. Karena hal itu akan menghambat proses sosialisasi yang terus di gulirkan, sehingga

³ I.Abbas Afnan, “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Rencana Pada Bank Muamalat Cabang Manado*”. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.8 No.1. tahun 2019, h.58.

sikap masyarakat yang meliputi sikap terhadap system dan produk perbankan syariah menunjukkan prospek yang menggembirakan terhadap sistem maupun produk perbankan syariah.⁴ Ciptakan daya inovasi baru untuk mendapatkan produk baru sebagai variasi dan produk yang telah ada dan akhirnya mampu menciptakan segmentasi pasar baru di antara pasar yang telah ada.

Perkembangan Lembaga Keuangan saat ini telah mengalami banyak perubahan. Setiap lembaga keuangan dihadapkan dengan masalah mengenai pemasaran maka dari itu, dapat merumuskan rencana strategi pemasaran kompetitif yang efektif, perusahaan perlu mendapatkan sejauh mungkin segala sesuatu mengenai pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Perusahaan harus terus menerus membandingkan produk, harga, saluran dan promosi miliknya dengan milik pesaingnya. Dengan cara ini perusahaan akan dapat menemukan kekurangan atau keunggulan kompetitif yang ada, dan dapat melakukan kampanye yang kuat terhadap pesaing dan bila perlu dapat menyiapkan pertahanan yang kuat terhadap aksi pesaing.⁵

Oleh karena itu, sesuai hasil pengamatan peneliti di bank Muamalat KCP Manna terdapat dua tabungan yang diunggulkan yaitu tabungan Prima Berhadiah dan tabungan iB Hijrah Rencana, akan tetapi tabungan iB Hijrah Rencana yang sering digunakan di Bank Muamalat KCP Manna.

⁴ Eliyah, “*Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat PRIMA iB Dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan Pada Bank Muamalat Indonesia)*”. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Manajemen Dakwah. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2014. h.2.

⁵ Eliyah, “*Strategi Pemasaran Tabungan ...*” h.2.

Salah satu produk yang diciptakan oleh Bank Muamalat KCP Kota Manna adalah produk tabungan iB Hijrah Rencana, tabungan dengan setoran rutin setiap bulan yang tidak dapat di ambil (sewaktu-waktu) untuk mewujudkan keinginan nasabah untuk melanjutkan pendidikan, melangsungkan pernikahan, beribadah haji / berwisata, membayar uang muka rumah, membeli kendaraan,berkurban saat idul adha, mempersiapkan pension / hari tua. Dengan diciptakannya produk tabungan iB Hijrah Rencana, diharapkan menjadi solusi perencanaan keuangan syariah bagi mereka yang hendak menabung namun juga hendak memenuhi kebutuhan atau perencanaan dimasa yang akan datang.

Sehingga nasabah perlu menabung untuk masa depannya dan untuk perlindungan asuransi jiwa ditempat berbeda. Dengan adanya kegiatan sosialisasi dan promosi yang sesuai diharapkan agar masyarakat mengetahui seluk beluk tentang produk tabungan iB Hijrah Rencana ini. Karena banyaknya persaingan antar bank saat ini, maka Bank Muamalat KCP Kota Manna harus memiliki strategi pemasaran tabungan iB Hijrah Rencana, dengan proses pemasaran yang dapat menarik minat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana Strategi Pemasaran Syariah Pada Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Syariah Pada Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna.

D. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat manfaat dan berguna bagi beberapa aspek, diantaranya:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi dan pengetahuan tentang Analisis Pemasaran Pada Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna

2. Kegunaan praktisi

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam membuat suatu karya ilmiah dan mengaplikasikan hasil yang telah didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk perusahaan.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat permasalahan yang sama.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam kegiatan penelitian biasanya bertitik tolak pada ilmu pengetahuan yang sudah ada, pada umumnya semua peneliti akan memulai penelitiannya dengan cara menggali dari apa yang telah diteliti oleh para pakar peneliti sebelumnya. Pemanfaatan terhadap apa yang telah dikemukakan dan ditemukan oleh peneliti dapat dilakukan dengan mempelajari, mencermati, mendalami dan menggali kembali serta mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada maupun yang belum ada. Untuk mengetahui hal-hal yang ada dan belum ada, dapat melalui laporan hasil penelitian dalam bentuk jurnal ataupun karya-karya ilmiah.

1. Skripsi Akhmad Nurasikin yang berjudul Strategi Pemasaran warung mikro Bank Syariah Mandiri (BSM) cabang kendal. Skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh warung mikro BSM cabang kendal dalam penjualan produknya antara lain : (a) Strategi produk yaitu; dengan menentukan moto lebih adil dan menentramkan dan menciptakan merk (PUM Tunas, Madya, dan Utama),

(b) Strategi harga; jangka waktu angsuran minimal 12 bulan sampai 48 bulan sesuai plafond yang di inginkan nasabah dan angsuran tetap sampai dengan jatuh tempo, (c) Strategi tempat; menggunakan sistem jempuit bola dan dekatnya outlet dengan tempat usaha nasabahnya dan (d) Strategi promosi; periklanan memasang spanduk di jalan, tempat, atau lokasi strategis dan mencetak brosur untuk disebarakan di setiap Sales outlet, pemberian cinderamata serta kenang-kenangan yang lainnya pada konsumen yang loyal. Strategi yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yang membedakan di BMI dalam strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis.⁶ Pesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah perbedaan waktu dan lokasi penelitian.

2. Eliyah (1110053000022), Strategi Pemasaran tabungan Muamalat Prima iB dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan) pada Bank Muamalat Indonesia. Jurnal ini berisi tentang bagaimana strategi pemasaran tabungan Muamalat Prima Ib dalam meningkatkan dana ritel tabungan

⁶ Akhmad Nurasikin, "*Strategi Pemasaran Warung Mikro Bank Syari'ah Mandiri (BSM) Cabang Kenda*", (Semarang: IAIN Walisongo, 2008), h.230.

pada bank Muamalat Indonesia.⁷ Pesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitaian membahas tentang tabungan iB Hijrah Rancana, bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.

3. Tugas Akhir Joko Purnomo Hadi yang berjudul Strategi pemasaran Produk Tabungan Haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang. Penelitaian ini membahas tentang strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang dengan menggunakan strategi pemasaran (a) Strategi produk, menciptakan branding dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut: mudah diingat, terkesan modern, dan memiliki arti positif (b) Strategi harga (c) Strategi tempat: menggunakan sistem jemput bola (d) Strategi promosi :spanduk, brosur, pemberian undian,kegiatan bakti social dan penjualan cara door to door. Sementara untk kendala-kendala dalam pemasarannya adalah: (a) tidak adanya pengembangan skill kepada marketing (b) marketing focus dalam satu tabungan saja sehingga produk yang lain di abaikan (c) masih kalah saing dengan bank umum dan BPR yang berdiri

⁷ Eliyah, “*Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat Prima Ib Dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan) Pada Bank Muamalat Indonesia*”, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014), h.2.

sudah lebih lama dan berpengalaman (d) BPRS Suriyah belum menggunakan media elektronik untuk media promosi.⁷ Strategi yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yang membedakan di BMI tidak ada kendala dalam pemasaran serta dalam strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian membahas tentang tabungan iB Hijrah Rancana, bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.

4. Dari Neneng Laela, tentang Pelaksanaan Tabungan Rencana di Bank Syariah Bukopin Cabang Bandung, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung bahwa, tabungan rencana ini merupakan tabungan bagi hasil yang memiliki feature asuransi, dalam hal ini bank bekerjasama dengan Perusahaan Asuransi Panin Life Syariah Cabang Bandung yang menggunakan sistem bancassurance. Di Indonesia sendiri untuk regulasi antara Perbankan dan Perasuransian masih dipisahkan karena berada pada aturan/otoritas yang berbeda, sedangkan aspek legalitas tabungan ini diatur oleh pasal 24 Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 yang berbunyi bahwa BUS dan UUS dilarang melakukan kegiatan usaha perasuransian kecuali sebagai agen pemasaran

produk asuransi syariah, selain itu Bank Indonesia mengeluarkan aturan PBI No.10/17/PBI/2008 Pasal 9 ayat 1, 2, dan 3, mengenai pengaturan khusus atas produk atau produk non bank. Tinjauan fiqh muamalah terhadap Tabungan Rencana ini, dengan melihat pada beberapa pendapat ulama bahwa multi akad boleh digunakan asal jauh dari riba dan tidak terdiri dari akad-akad yang akibat hukumnya saling bertolak belakang atau berlawanan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian membahas tentang tabungan iB Hijrah Rancana, bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.

5. Zhilin Yang *Departement Of Marketing, City University Of Hongkong, Kowloon, Hongkong*, And Xiang Fang yang berjudul “*Online Service Quality Dimention and their Relationship with Satisfaction A Content Analysis Of Customer Reviews of Securities Brokerage Service*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memperluas pemahaman tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam pengaturan layanan perantara perdagangan efek online. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian membahas tentang tabungan iB Hijrah Rancana, bank yang diteliti, lokasi penelitian

dan waktu dalam penelitian.

Table
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Judul Penelitian	Hasil Penellitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ahmad Nurasikin, dengan judul Strategi Pemasaran Warung Mikro Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Kendal	Peneliti ini membahas strategi pemasaran yang digunakan oleh warung mikro BSM cabang kendal dalam penjualan produknya antara lain : (a) Strategi produk yaitu; dengan menentukan moto lebih adil dan menentramkan dan menciptakan merk (PUM Tunas, Madya, dan Utama), (b) Strategi harga; jangka waktu angsuran minimal 12 bulan sampai 48 bulan sesuai plafond yang di inginkan nasabah	Pesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian membahas tentang tabungan iB Hijrah Rancana, bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.

		<p>dan angsuran tetap sampai dengan jatuh tempo, (c) Strategi tempat; menggunakan sistem jemput bola dan dekatnya outlet dengan tempat usaha nasabahnya dan (d) Strategi promosi; periklanan memasang spanduk di jalan, tempat, atau lokasi strategis dan mencetak brosur untuk disebarakan di setiap Sales outlet, pemberian cinderamata serta kenangan yang lainnya pada konsumen yang loyal. Strategi yang digunakan hampir sama dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan</p>		
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		Umrah, yang membedakan di BMI dalam strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis.		
2	Eliyah, dengan judul Strategi Pemasaran Tabungan Mumalat Prima iB Dalam Meningkatkan Dana Riteiel (Tabungan) Pada Bank Muamalat Indonesia.	Penelitian ini berisi tentang bagaimana strategi pemasaran tabungan Muamalat Prima Ib dalam meningkatkan dana ritel tabungan pada bank Muamalat Indonesia.	Pesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitain membahas tentang tabungan iB Hijrah Rancana, bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.

3	<p>Joko Purnomo Hadi, dengan judul Strategi Pemasaran produk Tabungan Haji iB Tarya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang</p>	<p>Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dan kendala-kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk tabungan haji IB Tasya Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Semarang dengan menggunakan strategi pemasaran (a) Strategi produk, menciptakan branding dengan mempertimbangkan faktor-faktor berikut: mudah diingat, terkesan modern, dan memiliki arti positif (b) Strategi harga (c) Strategi tempat: menggunakan sistem jemput bola (d) Strategi promosi :spanduk, brosur, pemberian</p>	<p>Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran dan jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif.</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian membahas tentang tabungan iB Hijrah Rencana, bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.</p>
---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>undian,kegiatan bakti social dan penjualan cara door to door. Sementara untk kendala-kendala dalam pemasarannya adalah: (a) tidak adanya pengembangan skill kepada marketing (b) marketing focus dalam satu tabungan saja sehingga produk yang lain di abaikan (c) masih kalah saing dengan bank umum dan BPR yang berdiri sudah lebih lama dan berpengalaman (d) BPRS Suriyah belum menggunakan media elektronik untuk media promosi.7 Strategi yang digunakan hampir sama</p>		
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		dengan yang digunakan BMI dalam memasarkan produk tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah, yang membedakan di BMI tidak ada kendala dalam pemasaran serta dalam strategi promosi membuat program Rezeki Haji Berkah yang berhadiah umrah gratis.		
4	Neneng Laela, dengan judul Pelaksanaan Tabungan Rencana di Bank Syariah Bukopin Cabang Bandung, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung	Penelitian ini membahas tentang tabungan rencana yang merupakan tabungan bagi hasil yang memiliki feature asuransi, dalam hal ini bank bekerjasama dengan Perusahaan Asuransi Panin Life Syariah Cabang Bandung yang menggunakan	Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian yang digunakan sama-sama jenis	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian membahas tentang tabungan iB Hijrah Rancana,

		<p>sistem bancassurance. Di Indonesia sendiri untuk regulasi antara Perbankan dan Perasuransian masih dipisahkan karena berada pada aturan/otoritas yang berbeda, sedangkan aspek legalitas tabungan ini diatur oleh pasal 24 Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 yang berbunyi bahwa BUS dan UUS dilarang melakukan kegiatan usaha perasuransian kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah, selain itu Bank Indonesia mengeluarkan aturan PBI No.10/17/PBI/2008 Pasal 9 ayat 1, 2,</p>	<p>penelitian kualitatif.</p>	<p>bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.</p>
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

		<p>dan 3, mengenai pengaturan khusus atas produk atau produk non bank. Tinjauan fiqh muamalah terhadap Tabungan Rencana ini, dengan melihat pada beberapa pendapat ulama bahwa multi akad boleh digunakan asal jauh dari riba dan tidak terdiri dari akad-akad yang akibat hukumnya saling bertolak belakang atau berlawanan.</p>		
5	<p>Zhilin Yang, dengan judul <i>Departement Of Marketing, City University Of Hongkong, Kowloon, Hongkong, AndXiang Fang</i> yang berjudul <i>“Online Service Quality Dimention</i></p>	<p>Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memperluas pemahaman tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam pengaturan layananperantara perdagangan efek</p>	<p>Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian yang</p>	<p>Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan adalah penelitian membahas tentang</p>

	<i>and their Relationship with Satisfaction A Content Analysis Of Customer Reviews of Securities Brokerage Service”.</i>	online.	digunakan sama-sama jenis penelitian kualitatif.	tabungan iB Hijrah Rencana, bank yang diteliti, lokasi penelitian dan waktu dalam penelitian.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------	--------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dalam penelitian ini metode deskriptif digunakan untuk memperoleh deskripsi Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.⁸ Dalam penelitian ini jenis deskriptif digunakan untuk memperoleh deskripsi Strategi Pemasaran Syariah Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna.

⁸ Sukardi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h.78.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan mulai dari bulan Desember 2020 s/d Maret 2021.

b. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Bank Muamalat KCP Kota Manna yang beralamatkan di Jalan Jendral Sudirman No. 81 Tanah Lapang kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu. Adapun alasan peneliti melakukan penelitian di Bank Muamalat KCP Kota Manna adalah karena terdapat permasalahan yang diketahui ketika observasi awal yang dilakukan oleh peneliti.

3. Informan Penelitian

Teknik penentuan informan dengan *Snowball Sampling* dimana awalnya peneliti hanya mengetahui karyawan bagian umum yaitu Bapak Bela Adani kemudian beliau yang menunjukkan bahwa informasi bisa didapatkan dari *Customer Service* langsung dan mengarahkan kepada 3 orang nasabah juga. Pada penelitian ini, informan penelitian terdiri dari karyawan dan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari karyawan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna. Sehingga data primer adalah data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada 5 orang informan terdiri dari 2 orang karyawan dan 3 orang nasabah.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna seperti profil tentang bank dan data informan.

b. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Pada hal ini peneliti akan mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung, melalui pengamatan di lapangan terhadap aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan ditempat penelitian yaitu Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna.

2) Wawancara

Dalam hal ini peneliti mengadakan Tanya jawab secara langsung kepada karyawan dan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna sesuai dengan pedoman wawancara.

3) Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi pada penelitian digunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis interaksi, dimana komponen reduksi data dan sajian data dilakukan bersamaan proses pengumpulan data. Tiga tahap dalam menganalisa data yaitu:⁹

a. *Data Reducion* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambar yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data juga dapat dibantu dengan menggunakan peralatan elektronik.

⁹ Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.247.

b. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dalam penelitian kualitatif data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan yang kredible.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan oleh penulis skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I. Bab pertama ini diawali dengan pendahuluan di angkatannya kajian ini. Dalam Bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah yang akan dibahas, perumusan masalah, tujuan penelitian, penelitian terdahulu, dan metode penelitian yang dipergunakan dalam rangka mempermudah penulisan dan sistematika yang digunakan untuk memberikan penjelasan tentang bab ini.

Bab II. Berisikan kajian teori yang menjelaskan tentang pengertian pemasaran, bauran pemasaran, pengertian tabungan, dan pengertian tabungan iB hijrah rencana.

Bab III. Menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian terdiri dari sejarah perkembangan lembaga tersebut, visi dan misi, logo, struktur organisasi, serta gambaran kerja organisasi Bank Muamalat KCP Manna.

Bab IV. Menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran syariah yang diterapkan pada tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat KCP Manna.

Bab V. merupakan bagian akhir atau penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan jawaban yang berasal dari pertanyaan rumusan masalah yang telah ada pada bab sebelumnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pemasaran Syariah

1. Pengertian Pemasaran Syariah

Perkembangan dunia marketing atau pemasaran di dunia saat ini sedang bergejolak dengan adanya persepsi yang selama ini berkembang di benak masyarakat bahwa pasar non – syariah atau pasar konvensional selalu lebih menguntungkan secara finansial dibandingkan pasar syariah karena sistem bunganya, pasar syariah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum muslim saja, pasar yang tertutup bagi kaum non-muslim. Pemahaman masyarakat umum akan peran pemasaran ini pun masih sempit. Pemasar diidentikkan dengan penjual yang dekat dengan kecurangan, penipuan, paksaan dan lainnya yang memperburuk citra seorang pemasar. Padahal jika diteliti lebih lanjut, peran pemasar itu sangat penting bagi perusahaan, karena hal tersebut, pemasar harus menjaga integritas, identitas dan image perusahaan. Hal ini mencakup seluruh kegiatan bisnis strategis karena setiap pemasar harus mempunyai value atau nilai-nilai yang kuat sehingga tidak berlaku curang, tidak menipu, tidak memaksa dan hal lain sebagainya.¹

Jadi persepsi bahwa pasar konvensional selalu lebih menguntungkan dan pasar syariah diartikan sebagai pasarnya kaum

¹ Nur Asnawi dan Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah*, (Depok: PT.RajaGrafindo Persada, 2017), h.183.

muslim semata tidaklah tepat. Meskipun begitu, perubahan persepsi bukanlah suatu hal yang tidak mungkin sejalan dengan perubahan kebutuhan dan keinginan manusia di masa depan, saat ini sudah mulai terjadi pergeseran pasar dari tingkat intelektual atau rasional, menuju ke emosional, dan akhirnya bertransformasi ke spritual ini akan mempertimbangkan kesesuaian produk, keuntungan finansial dan nilai-nilai spritual yang diyakninya, namun tidak secara keseluruhan pasar rasional akan berpindah ke spritual, disinilah tantangan besar sistem syariah dalam membidik pasar rasional karena pasar rasional merupakan pasar terbesar.

Menurut Asnawi dan Fanani (2017) pemasaran merupakan bagian dari bentuk muamalah yang diperbolehkan dalam islam sepanjang dalam prosesnya masih mematuhi peraturan dalam islam dan menjauhi larangannya. Jadi, pemasaran merupakan praktik muamalah berdasarkan prinsip syariah islam yang melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan guna memperoleh manfaat dan nilai. Dengan demikian, pemasaran merupakan bentuk kesepakatan bisnis yang dibuat oleh manusia untuk ditaati oleh pihak-pihak yang berkomitmen.

Syariah marketing merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah atau bisnis dalam islam. Ini artinya bahwa dalam menjalankan syariah marketing

seluruh proses baik itu proses penciptaan, penawaran, maupun proses perubahan nilai (value) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang islami. Jadi, segala bentuk apapun transaksi dalam pemasaran boleh dilakukan jika tidak menyimpang dengan akad dan prinsip-prinsip syariah (Kertajaya dan Sula 2008).

Menurut Kertajaya dan Sula (2008) ada empat karakteristik marketing syariah yang dapat dijadikan panduan bagi para pemasar. Karakteristik marketing syariah adalah karakter dan gaya hidup perusahaan serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur dalam pemasaran sebagai sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarah pada proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari satu indikator kepada para pemegang sahamnya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam islam.

1. Teistis (rabbaniyyah)

Salah satu ciri khas marketing syariah adalah sifatnya yang religius, kondisi seperti ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetap berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religius, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain. Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum-hukum syariah merupakan hukum yang paling adil, sempurna, paling selara dengan segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran,

kemaslahatan. Dari hati yang paling dalam, seorang syariah marketer meyakini Allah SWT, selalu dekat dan mengawasinya ketika sedang melakukan segala macam bisnis dan yakni bahwa Allah akan meminta pertanggung jawaban atas segala macam yang telah dilakukan.

2. Etis (akhlaqiyah)

Keistimewaan yang lain dari syariah marketer adalah mengedepankan masalah akhlaq dalam seluruh aspek kegiatannya. Pemasaran syariah adalah konsep pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun, karena hal ini bersifat universal, seorang pemasar syariah harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya salah satu dengan tidak memberikan janji manis yang tidak benar serta selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan tentang kualitas produk yang sedang ditawarkan.

3. Realistis (al-waqi'yyah)

Syariah marketer adalah konsep pemasaran yang fleksibel sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah islamiyah yang mendasarinya. Syariah marketer bukanlah berarti para pemasar itu harus berpenampilan ala bangsa arab, tetapi syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapi tidak eksklusif tetapi sangat fleksibel dan luwes dalam bersikap dan bergaul.

4. Humanistis (insaniyyah)

Keistimewaan yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal. Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariah islam adalah syariah humanistis, diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa memperdulikan ras, warna kulit, kebangsaan dan status. Sehingga marketing syariah bersifat universal.

Adapun beberapa prinsip yang menjadi etika dalam menjalankan marketing syariah, yaitu:

1. Berperilaku baik dan simpatik (sidq)

Dalam Al-Qur'an, ajaran islam menganjurkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik. Berperilaku baik dan sopan santun dalam pergaulan adalah pondasi dasar inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan mencakup semua sisi manusia. Ajaran islam juga harus mengharuskan kita untuk berlaku sopan dalam setiap hal, bahkan dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang-orang yang bodoh, tetap harus dengan ucapan yang baik.

2. Berperilaku adil dalam bisnis (al-adl)

Berbisnis secara adil adalah salah satu bentuk akhlak yang harus dipegang erat dan dimiliki oleh seorang marketer syariah.

Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya. Bukan hanya himbauan dari Allah SWT. Lawan dari kata keadilan adalah kezaliman, Allah SWT sangat mencintai orang yang berbuat adil dan membenci orang-orang yang berbuat zalim. Islam mengharamkan setiap hubungan bisnis yang mengandung dengan kezaliman dan hubungan dagang yang ada penipuan.

Dalam bisnis modern, sikap adil harus tergambar pada semua stakeholder, semuanya harus merasakan keadilan. Tidak boleh satu pihak manapun yang merasa haknya terzalimi. Semua pihak harus terpuaskan sehingga dengan demikian bisnis bukan hanya tumbuh berkembang, melainkan juga berkah di hadapan Allah SWT.

3. Jujur dan terpercaya (amanah)

Kejujuran adalah salah satu akhlak yang harus menghiasi bisnis syariah dalam setiap gerak-geriknya. Dalam islam dijelaskan bahwa kejujuran yang bersifat hakiki itu terletak pada muamalah mereka. Apabila ingin mengetahui sejauh mana tingkat kejujuran seseorang, ajaklah kerjasama dalam bisnis. Disana akan terlihat sifat-sifat aslinya, terutama dalam hal kejujuran. Karena dengan kejujuran maka akan muncul kepercayaan.

4. Menepati janji dan tidak curang

Seseorang muslim bisa dikatakan baik bila mampu menepati janji karena janji adalah hutang yang harus dibayar, dan apabila janji

itu diingkari maka dia akan berdosa atas apa yang telah dijanjikan. Janji merupakan satu ucapan yang ditunjukkan seseorang untuk melakukan suatu hal. Dalam dunia bisnis dan perdagangan, janji adalah sesuatu yang menjadi landasan kepercayaan seseorang. Apabila pembisnis ingkar janji, maka tidak akan ada lagi kepercayaan oleh partner atau teman bisnis. Tidak hanya itu, di dalam berdagang seseorang tidak diperkenankan melakukan kecurangan yang dapat merugikan orang lain atau konsumen. Jika pebisnis berbuat baik dan tidak berbuat perbuatan yang merugikan orang lain maka kepercayaan tersebut akan mempermudah pengembangan usaha. Oleh karena itu, kepercayaan merupakan hal yang sangat penting.

B. Strategi Pemasaran Syariah

Terkait dengan bauran pemasaran, maka penerapan dalam syariah akan berlandaskan pada konsep dasar kaidah fiqh yaitu: “bahwa pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”. Berikut ini adalah marketing syariah:²

1. Produk

Menurut Kotler (2005) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Namun, jika ditinjau dari perspektif syariah, islam memiliki batasan yang lebih spesifik mengenai definisi produk. Ada

² Nur Asnawi dan Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah...*, h.160.

tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk, diantaranya:

- a. Produk yang diperjualbelikan adalah produk yang halal
- b. Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan baik itu barang, kejelasan ukuran, tidak rusak, dan menggunakan bahan yang baik.
- c. Dalam promosi maupun iklan tidak boleh ada unsur tipu menipu.

2. Harga

Dalam proses penentuan harga, islam juga memandang bahwa harga haruslah disesuaikan dengan kondisi barang yang dijual. Nabi Muhammad SAW pernah marah saat melihat seorang pedagang menyembunyikan jagung basah dibawah jagung kering. Kemudian si pedagang menjualnya dengan harga tinggi, dalam sebuah hadist beliau mengatakan:

“Mengapa tidak engkau letakkan yang kebasahan itu diatas bahan makanan itu, sehingga orang-orang dapat mengetahui keadannya. Barang siapa menipu, maka ia bukanlah masuk golongan kita” (HR. Muslim)

Hadist di atas mengindikasikan jika memang barang itu bagus, maka wajar jika harganya mahal, namun jika barang itu jelek kualitasnya sudah sewajarnya dijual dengan harga bagus. Dan barang dengan kualitas lebih rendah dijual dengan harga yang lebih rendah, tidak selayaknya barang yang jelek dijual dengan harga yang mahal.

3. Promosi

Menurut Boyd (2000) promosi diartikan sebagai upaya membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan, promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Jadi promosi merupakan usaha perusahaan untuk menciptakan kesadaran, memberi tahu dan membujuk dan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tempat

Menurut Kotler (2005) distribusi merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diperoleh dan tersedia untuk konsumen sasaran. Dalam menentukan place atau saluran distribusi perusahaan yang islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien, sehingga pada intinya dalam menentukan marketing harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran. Perbedaan antara bisnis islami dan non-islami terletak pada aturan halal dan haram, sehingga harus terdapat kehatian-hatian dalam menjalankan strategi.

Nabi Muhammad SAW melarang pemotongan jalur distribusi dengan maksud agar harga naik. Sebagaimana disebutkan dalam sebuah hadist:

“Rasulullah SAW melarang penghadangan rukban serta melarang pula berlomba-lomba menaikkan penawaran.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Adapun arti menghadang (talaqi) rukban, dalam hadist tersebut. Ialah menghadang para penjual yang biasanya (di negeri arab) dengan berkendaraan membawa dagangan dari daerah masing-masing, lalu meminta supaya barang dagangannya diturunkan disitu dan dibeli dengan harga semurah-murahnya. Sebab si pembeli tersebut akan memberikan berita bohong mengenai harga yang sebenarnya saat itu kepada penjual-penjual yang dari daerah tadi, tujuan berdustanya itu adalah supaya mendapatkan dagangan dengan harga semurah-murahnya.

C. Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan salah satu dari berbagai macam produk perbankan yang paling banyak diminati oleh masyarakat, mulai dari kalangan pelajar, kalangan pengusaha dan masyarakat umum lainnya.

Sebelum adanya perbankan masyarakat menyimpan uangnya dirumah, seperti di lemari maupun dibawah kasur. Dan dengan penyimpanan yang seperti itu sangat tidak efektif, karena memiliki resiko kehilangan yang tinggi. Dengan adanya perbankan yang menyediakan produk tabungan masyarakat sudah mulai tertarik untuk menabung dibank karena banyak keuntungan yang diperoleh, antara lain uang yang disimpan aman dan uang nasabah akan bertambah dengan

adanya bunga bank.

Menurut UU No 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, *bilyet giro*, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu, sedangkan tujuan dari menabung adalah mengumpulkan dana dari masyarakat guna membiayai pembangunan dan menanamkan kebiasaan menabung dikalangan masyarakat.³

Tabungan yang ditawarkan di bank disediakan untuk memenuhi pelayanan masyarakat dalam penyimpanan uang dalam bentuk tabungan maupun dalam bentuk penyediaan dana bagi masyarakat. Bank juga menyediakan bermacam-macam jenis tabungan yang ditawarkan kepada masyarakat sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat.

2. Manfaat Menabung

Dalam kegiatan menabung di bank pemilik rekening tabungan atau masyarakat dapat menikmati banyak manfaat yang akan dirasakan saat awal menabung dan di masa yang akan datang. Kegiatan menabung memang sering dirasakan sulit untuk dilakukan oleh sebagian orang, padahal jika kita mengetahui manfaat menabung ini, tidak ada alasan untuk tidak melakukannya, seperti berikut ini :⁴

³ Jatmiko, Ady. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan iBTapenas Hasanah Pada Bank BNI Syariah Semarang". FEBI. Perbankan Syariah. IAIN. Salatiga. 2015, h.36.

⁴ Ady Jatmiko, "Analisis Strategi Pemasaran...", h.38.

a. Belajar hidup hemat

Kegiatan menabung yang dilakukan secara rutin setelah gaji misalnya, akan membuat seseorang menyalurkan pendapatannya sehingga menghindari jajan-jajan yang kurang berguna. Uang tersebut sudah dialokasikan untuk menabung.

b. Ketersediaan uang disaat mendesak

Kita tidak pernah mengetahui apa yang akan terjadi masa depan, salah satunya ketika jatuh sakit. Saat sakit tentu saja kita membutuhkan pengobatan, uang tabungan ini bisa dipergunakan untuk mengantisipasi keadaan mendadak yang bisa saja datang tiba-tiba.

c. Ketersediaan uang disaat mendesak

Kita tidak pernah mengetahui apa yang akan terjadi dimasa depan, salah satunya ketika jatuh sakit. Saat sakit tentu saja kita membutuhkan pengobatan, uang tabungan ini bisa dipergunakan untuk mengantisipasi keadaan mendadak yang bisa saja datang tiba-tiba.

d. Investasi

Salah satu syarat dalam melakukan investasi adalah dengan menabung, tidak mungkin anda dapat memikirkan investasi tanpa menabung dari awal.

Selain manfaat menabung secara umum, menabung juga merupakan salah satu kunci kesuksesan dimasa yang akan datang. Manfaat menabung ini akan sangat dirasakan dimasa yang akan datang, diantaranya:⁵

- 1) Rencana pensiun. Saat sudah tua anda akan memikirkan rencana untuk pensiun, tanpa uang yang cukup hal ini akan mengusik ketenangan pensiun anda. Menabung sejak dini setidaknya dapat memberikan anda nafas lega saat pensiun nantinya.
- 2) Pendidikan anak. Biaya pendidikan terus meningkat setiap tahunnya, tak ayal anda harus menyisihkan uang ekstra untuk menyekolahkan anak sampai ke perguruan tinggi. Untuk itu menabunglah sejak dini.
- 3) Sakit-sakitan. Hampir sebagian besar dari kita akan mengalami sakit-sakitan pada hari tua, terlebih melihat pola hidup yang tidak sehat serta makanan kimia yang merajai sebagian pasaran. Biaya untuk berobat harus kita tunjang dengan hasil tabungan kita nanti tua, terlebih jika anak-anak kita belum sukses.

D. Tabungan iB Hijrah Rencana

1. Pengertian Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan iB Hijrah Rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan

⁵ Ady Jatmiko, Skripsi: “*Analisis Strategi Pemasaran...*”, h.39.

lebih baik sesuai prinsip syariah Tabungan Muamalat Rencana iB merupakan tabungan syariah yang ditujukan sebagai pendanaan keperluan konsumsi di masa depan. Tabungan ini menggunakan akad Mudharabah Mutlaqah. Rencana di masa depan memerlukan keputusan perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan ibadah/wisata, uang muka rumah/kendaraan, berkorban saat Idul Adha, perpanjangan STNK/pajak kendaraan, atau persiapan pensiun/hari tua. Tabungan muamalat rencana iB adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.⁶

Keunggulan Tabungan Muamalat iB :

- a. Setoran minimal Rp 100.000 dengan jangka waktu 3 bulan sampai 20 tahun
- b. Fasilitas *autodebit* gratis, secara otomatis memindahkan dana setoran bulanan dari rekening sumber dana
- c. Saldo Tabungan Muamalat Rencana iB otomatis dipindahkan bukukan ke rekening sumber dana saat jatuh tempo
- d. Nisbah yang kompetitif sebesar 30%
- e. Bebas biaya administrasi bulanan
- f. Nasabah mendapat perlindungan asuransi jiwa secara gratis tanpa perlu melakukan *medical check-up*, biaya premi di tanggung oleh

⁶ Afnan I. Abbas, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ib Hijrah Rencana Pada Bank Muamamalat Cabang Manado”, (Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8. No. 1, 2019), h.58.

bank muamalat.

Syarat pengajuan :

- a. Calon Debitur merupakan Warga Negara Indonesia
- b. Usia min. 18 tahun dan max. 65 tahun
- c. Memiliki rekening Tabungan iB Muamalat sebagai rekening sumber dana.

Dokumentasi yang harus disiapkan:

- a. Kartu Identitas Asli (KTP/SIM/Paspor).⁷

⁷ Afnan I. Abbas, "*Strategi Pemasaran...*", h.59.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP)

Manna

Perbankan syariah pertama kali muncul di Mesir dengan nama Mith Ghamr, pemimpin perintis usaha ini Ahmad El Najjar mengambil bentuk sebuah bank simpanana yang berbasis *Profit Sharing* (pembagian laba) di kota Mith Ghamr pada tahun 1963. Karena gejolak politik saat itu operasional Mith Ghamr hanya bertahan hingga tahun 1967, dan saat itu sudah berdiri 9 bank dengan serupa di Mesir.¹

Bank syariah pertama Internasional berdiri pada *Islamic Development Bank* (IDB) yang disponsori oleh negara-negara yang tergabung dalam organisasi konferensi Islam (OKI). Tujuan utamanya adalah menyediakan dan bagi proyek pembangunan di negara-negara anggotanya. IDB menyediakan jasa finansial berbasis *fee* dan *profit sharing* untuk negara-negara anggotanya, dan secara eksplisit menyatakan diri berdasar nilai-nilai syariah.

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat

¹ Hasil dokumentasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna, pada 16 November 2020.

dukungan dari pemerintah Republik Indonesia sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti asuransi syariah (Asuransi Takaful), dana pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi trobosan di Indonesia. Selain itu produk bank yaitu Shar-E yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syari'ah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e- channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.²

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

² Diakses dilaman www.bankmuamalat.co.id, Pada 16 November 2020

Seiring kapasitas Bank semakin diakui, bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) cabang di Malaysia. Operasional bank juga didukung oleh jaringan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 ATM bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia *Electronic Payment* (MEPS).³

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syari'ah Islami, Modern, dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia *Finance* (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat Yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS).

³ Diakses dilaman www.bankmuamalat.co.id, Pada 16 November 2020

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi etintas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna merupakan kantor cabang pembantu dari Bank Muamalat Indonesia untuk memperluas jaringan kantor. Bank Muamalat terdiri dari atas Bank Muamalat kantor pusat, Bank Muamalat kantor cabang, Bank Muamalat kantor cabang pembantu, dan Bank Muamalat Kantor Kas.

Profil Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna:⁴

Nama : Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna
 Alamat : Jl. Jendral Sudirman No.81 Tanah Lapang kota Manna
 Kabupaten Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu
 Nomor Tlp : 1500016
 Mulai beroperasi : 1 Agustus 2012

Kondisi fisik dari Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Manna memiliki gedung berlantai dua, untuk lantai 1 (satu) terdiri dari ruang *customer service*, ruang *teller*, ruang S.B.O.S, ruang ATK, ruang tunggu (*banking hall*), ruang B.O dan kamar mandi. Dan lantai 2 (dua) terdiri dari ruang *marketing*, ruang rapat, ruang pimpinan cabang, mushola, dapur kantor, dan kamar mandi.

⁴ Bella Adani, Sub Branch Manager, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

B. Visi dan Misi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna

1. Visi

“Menjadi Bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Indonesia dengan ekstansi yang diakui ditingkat regional.

2. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁵

C. Gambar dan Arti Lambang Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna

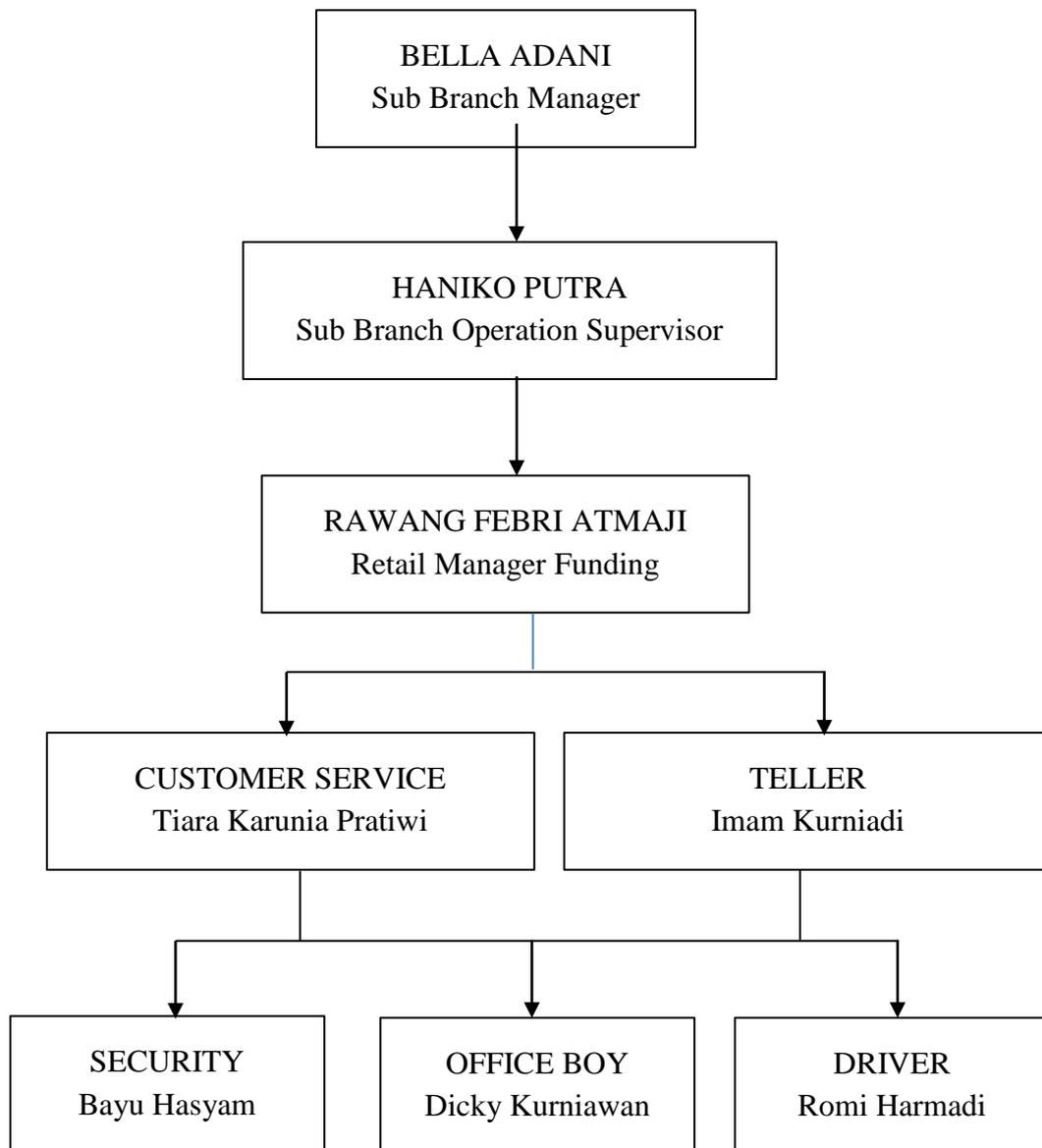
Setiap perusahaan senantiasa dilengkapi dengan lambing perusahaan untuk mencerminkan identitas dari perusahaannya. Lambang Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna yaitu:



⁵ Diakses dilaman www.bankmuamalat.co.id, Pada 16 November 2020

Bank Muamalat adalah bank syariah pertama yang berdiri di Indonesia. Dengan dominan warna ungu yang menjadi ciri khas, serta keramahan, kenyamanan dan nuansa islami yang disajikan dimulai ketika anda memasuki *banking hall* menjadi salah satu keunggulan dari Bank Muamalat.

D. Struktur Pegawai Bank Muamalat KCP Manna



E. Gambaran Kerja Organisasi Bank Muamalat KCP Manna

Berikut ini uraian pembagian tugas masing-masing jabatan di Bank Muamalat KCP Manna:⁶

1. Sub Branch Manager

- a. Mengkoordinasi dan menetapkan rencana kerja tahunan, agar selaras dengan visi, misi dan strategi Bank Muamalat KCP Manna.
- b. Mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja Bank Muamalat KCP Manna untuk memastikan tercapainya target Bank Muamalat KCP Manna yang telah ditetapkan, secara tepat waktu.
- c. Menilai, memutuskan, dan melegalisasi kegiatan non operasional Bank Muamalat KCP Manna.
- d. Mengkoordinasikan seluruh sarana dan kegiatan untuk mencapai target yang telah ditetapkan dan disepakati sejalan dengan visi, misi dan sasaran kegiatan kerja.
- e. Menetapkan kebutuhan dan strategi pengembangan SDI Bank Muamalat KCP Manna untuk memastikan jumlah dan kualifikasi SDI sesuai dengan strategi Bank.

2. Sub Branch Operation Supervisor

- a. Membuat rencana kerja mingguan atau bulanan di bagiannya, untuk memastikan kesesuaiannya dengan rencana kerja Bank Muamalat KCP Manna.

⁶ Bella Adani, Sub Branch Manager, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

- b. Mengkoordinasikan dan menetapkan serta mengevaluasi target kerja seluruh pegawai bawahan langsung.
- c. Melakukan *supervise* terhadap proses pekerjaan dibawah koordinasinya, untuk memastikan seluruh pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan rencana atau target kerja dan SOP yang berlaku.
- d. Membuat dan mengkaji pelaksanaan rencana kerja bagiannya untuk memastikan tersedianya data yang akurat dan mutakhir sebagai bawahan evaluasi dan pengambilan keputusan atasan.

3. *Relationship Manager Funding*

Penghimpunan Dana (*Funding*) bertugas dalam pengumpulan dana masyarakat sesuai dengan produk yang ada, seperti tabungan ummat, tabungan ummat *junior*, *share*, *deposito*, *deposito full invest* dan giro wadi'ah. Untuk mencapai hasil yang optimum maka sebelum bagian penghimpunan dana tersebut beroperasi, maka haruslah membuat rencana target yang ingin dicapai.

4. *Customer Service*

Customer service bertugas untuk melayani nasabah secara langsung yang datang ke counter Muamalat. Tugas-tugas pokok *customer service* :

- a. Media penyampaian informasi dan penjualan produk-produk *funding*.
- b. Memberikan layanan kepada nasabah untuk pembukaan dan

penutupan rekening.

- c. Media pemeliharaan hubungan dengan nasabah.
- d. Menginput data nasabah funding.

5. *Teller*

Teller selaku bank untuk melaksanakan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang. Tugas-tugas pokok kas dan *teller* :

- a. Mengatur dan memelihara saldo atau posisi uang kas yang ada dalam tempat khasanah bank.
- b. Pelaksanaan transaksi keuangan tunai : setoran dan pembayaran.
- c. Pelaksana mutasi uang tunai antar teller kantor kas.
- d. Berkewajiban membuat laporan kas harian

6. Satpam

Satpam bertugas untuk siap siaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah ke kantor, mengeluarkan dan memasukan uang dari khasanah bersama teller dan pejabat bank, pengawalan penyetoran uang ke Bank Indonesia, serta membantu customer service dalam penjualan shar-e.

7. *Cleaning Service*

Cleaning Service bertugas memelihara kekayaan kantor dan membantu kegiatan kru yang lain.

8. *Driver*

Driver bertugas dalam bagian transportasi dan memelihara kendaraan kantor.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Bagi dunia perbankan strategi pemasaran sangat diperlukan, perbankan merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran adalah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak terpenuhi. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak yang paling besar dalam lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strateginya.¹

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan kepada Branch Manajer melalui wawancara, Bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna untuk menarik minat masyarakat adalah dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu:²

1. Strategi Produk Menurut Prinsip Syariah

Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Namun jika ditinjau dari perspektif syariah, islam memiliki batasan tertentu yang lebih spesifik mengenai definisi produk. Menurut Al Muslih (2007), ada dua hal yang

¹ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

² Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk:

- a. Produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal.
- b. Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

“Jika barang itu rusak katakanlah rusak, jangan engkau sembunyikan. Jika barang itu murah, jangan engkau katakan mahal, jika barang ini jelek katakanlah jelek, jangan engkau katakan bagus”. (HR. Tirmidzi).

Uraian diatas jelas mengatakan bahwa hukum menjual produk cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya, produk meliputi barang dan jasa yang ditawarkan pada calon pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan. Persyaratan mutlak yang juga harus ada dalam sebuah produk memenuhi kriteria halal.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat saya analisis bahwasannya produk yang terdapat Toko Saudi Store sudah cukup baik dimana sesuai dengan salah satu prinsip ekonomi islam yaitu dimana dalam mengenalkan produknya kepada calon konsumen tidak ada unsur tipu menipu serta menjelaskan langsung berapa harga produk yang ingin di beli oleh calon konsumen tersebut.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna adalah dengan menampilkan kualitas dari Tabungan iB Hijrah Rencana. Sehingga dengan upaya ini dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. Mutu dari produk ini adalah memberikan fasilitas dan kemudahan yang terdapat dalam karakteristik produk, yaitu:

- a. Mudah diingat, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna memberi nama produknya jelas agar masyarakat mudah mengingat nama produk yang ada di Bank Muamalat seperti produk Tabungan iB Hijrah Rencana. Pada produk tersebut terdapat kata rencana sehingga masyarakat mudah mengetahui, memahami dan mengingat tabungan yang ditawarkan ini untuk yang ingin menabung di masa depan.
- b. Terkesan modern, Produk ini agar lebih mudah dikenal, diketahui dan dimengerti oleh masyarakat, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk. Dalam produk tabungan iB Hijrah Rencana terdapat kata iB atau *islamic Banking* yang terkesan modern karena perkembangan ekonomi islam pada saat ini yang semakin pesat. dan ada kata Hijrah bermakna untuk mengajak seluruh masyarakat indonesia untuk bersama-sama selalu meningkatkan diri ke arah yang lebih baik dalam segala hal.
- c. Aman, Pengelolaan yang diterapkan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam yaitu, Mengharap Ridha Allah SWT, Tujuan yang dicapai berdasarkan atas petunjuk Allah SWT dan Hadits Nabi Muhammad SAW. tentu produk ini terbebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabahnya.

Keunggulan Tabungan iB Hijrah Rencana adalah menikmati perjalanan terencana menuju cita-cita.

2. Strategi Harga Menurut Prinsip Syariah

Dalam menentukan harga/price tidak boleh menggunakan cara-cara yang merugikan pebisnis lainnya. Islam tentu memperbolehkan pedagang untuk mengambil keuntungan, karena pada hakekat dari berdagang ialah untuk mencari keuntungan, namun untuk mengambil keuntungan tersebut janganlah berlebihan. Karena, jika harga yang ditetapkan adalah harga yang wajar, maka pedagang tersebut pasti akan unggul dalam kuantitas.

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna memberikan harga yang terjangkau untuk produk Tabungan iB Hijrah Rencana yaitu sebesar Rp 100.000 untuk setoran awal.³ ditabungan ini terbebas dari biaya admisnistrasi, dan tabungan ini tidak membatasi masyarakat dari kalangan manapun untuk menabung dan menjadi nasabah Bank Muamalat, sehingga semua masyarakat bisa menikmati produk ini. dilihat dari segi harga tabungan iB Hijrah Rencana lebih unggul sehingga bisa menarik minat masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan iB Hijrah Rencana, dengan biaya Rp.100.000 masyarakat dapat membuka rekening tabungan iB Hijrah Rencanai di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Manna dan bisa mewujudkan impian semua muslimin yang ingin menikmati

³ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

perjalanan terencana menuju cita-cita.

3. Strategi Tempat Menurut Prinsip Syariah

Nabi Muhammad SAW juga telah mencontohkan bahwa proses distribusi harus sesuai dengan peraturan yang telah disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan baik dari pihak produsen, distributor, agen dan konsumen.

Penentuan Lokasi atau tempat suatu cabang merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Menurut Bapak Bela Adani lokasi yang strategis sangat memudahkan masyarakat dan nasabah dalam berurusan dengan suatu lembaga keuangan. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna berada di Jl. Jendral Sudirman No. 81 Tanah Lapang kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu, lokasi ini sangat strategis dimana Bank Muamalat berada pada lingkungan pendidikan seperti sekolah islam, Universitas, dan juga dekat dengan pusat kota Manna.

Dimana Bank dimungkinkan bisa berpresentasi secara rutin kepada instansi tersebut untuk menyampaikan produk Tabungan iB Hijrah Rencana, selain itu juga lokasi Jl. Jendral Sudirman No. 81 Tanah Lapang kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, karena di pusat kota bisa mendorong dan membantu dari pemasaran atau strategi Bank Muamalat KCP Manna, sehingga dengan adanya beberapa instansi tersebut itu bisa memudahkan Bank untuk meminalisir mana-mana yang potensi besar yang bisa Bank lakukan untuk visit ke instansi

tersebut.⁴

4. Promosi (Promotion) Menurut Prinsip Syariah

Pemasar perlu mempertimbangkan beberapa faktor dalam menciptakan dan mengantarkan pesan yang efektif (Haque et al 2010). Faktor-faktor ini meliputi, pembatasan tipe media yang digunakan, kemampuan untuk mempromosikan produk-produk tertentu, citra periklanan, grup sosial dan aturan pemerintah (Waller dan Fam 2000). Setiap pesan yang disampaikan dalam promosi akan menawarkan dua hal, yaitu alasan untuk membeli (melalui iklan) dan insentif untuk membeli (melalui promosi penjualan).

Dalam pemasaran konvensional, promosi tidak bersinggungan secara langsung pada nilai-nilai religius yang mengatur setiap proses dalam promosi sesuai dengan aturan-aturan agama islam. Promosi dalam tinjauan ekonomi islam harus sesuai dengan sharia compliance yang merefleksikan kebenaran, keadilan, dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu promosi yang semacam tersebut sangat dilarang dalam islam.

⁴ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

Promosi adalah informasi yang memberi penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan sehingga promosi dapat menambah minat para konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan. Agar promosi yang dilakukan dapat efektif dan efisien, sebaiknya Sebelum melakukan promosi harus menentukan target pasar, penentuan siapa target pasar produk atau jasa yang dituju sangatlah penting karena menyangkut kebutuhan setiap target pasar bisa berbeda. Promosi yang dilakukan di Jalan Jendral Sudirman No. 81 Tanah Lapang kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu yaitu:

a. Pengiklanan

Jalan Jendral Sudirman No. 81 Tanah Lapang kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan, Provinsi Bengkulu mempromosikan tabungan iB Hijrah Haji yaitu melalui dengan website resmi www.bankmuamalat.co.id/ayohijrah, Brosur, dan melalui media sosial di *Mobile Banking*, dan mesin ATM.⁵

b. Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Penjualan pribadi yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna adalah dengan cara *door to door*, datang ke instansi-instansi, ke sekolahan.⁶

⁵ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

⁶ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

c. Publisitas

Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra lembaga keuangan didepan masyarakat atau nasabahnya melalui kegiatan seperti seminar, donatur, sponsor kegiatan. Publisitas yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna adalah sosialisasi ke sekolah, universitas, dan instansi pemerintah.⁷

d. Pemasaran Langsung

Pemasaran langsung yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna yaitu *salles coll* dilakukan dengan cara menelepon langsung ke nasabah melalui jaringan telepon seluler atau telepon perusahaan tersebut, yang dimaksudkan untuk menawarkan produk yang dimiliki Bank Muamalat yang mungkin sesuai dengan kebutuhan oleh konsumen tersebut.⁸

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan kepada Branch Manajer, Marketing Funding dan Masyarakat umum melalui wawancara, bahwa dalam Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Muamalat Kantor

⁷ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

⁸ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

Cabang Pembantu (KCP) Manna mempunyai Kekuatan dan Kelemahan.⁹

1. Strategi Produk

- a. Kekuatan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna, yaitu: produknya Aman dan mudah diingat Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna memberi nama produknya yang jelas bertujuan agar nasabah atau masyarakat mudah mengingat dan mengerti dari produk Tabungan iB Hijrah Rencana. Dan Pengelolaan yang diterapkan oleh Bank Muamalat Mengharap Ridha Allah SWT, Tujuan yang dicapai berdasarkan atas petunjuk Allah SWT dan Hadits Nabi Muhammad SAW. tentu produk ini terbebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabahnya.
- b. Kelemahan yang dimiliki Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna yaitu semakin banyaknya Bank Syariah yang menawarkan produk yang sama atau sejenis sehingga itu menjadi persaingan yang cukup ketat.

2. Strategi harga

- a. Kekuatan yang dimiliki Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna yaitu Ringanya setoran awal ataupun setoran rutin bulanan minimum Rp 100.000 dibandingkan dengan bank-bank lain dan gratis biaya administrasi tabungan.

⁹ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

- b. Kelemahan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dalam strategi harga yaitu Jika nasabah mengambil tabungan sebelum jangka waktu yang ditentukan maka akan dikenakan biaya pinalty.

3. Strategi promosi

- a. Kekuatan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dalam strategi promosi yaitu promosi yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna adalah dengan cara *door to door* yaitu marketing langsung datang ke rumah masyarakat, dan ke instansi-instansi. sistem ini akan memudahkan masyarakat yang ingin membuka Tabungan iB Hijrah Rencana. Bank Muamalat juga menggunakan media elektronik dalam memasarkan tabungan iB Hijrah Rencana, melalui *website* resmi www.bankmuamalat.co.id/ayohijrah, melalui media sosial di Mobile Banking, dan mesin ATM.
- b. Kelemahan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dalam strategi promosi yaitu Masih kurangnya promosi dari karyawan dan kurang tepatnya menentukan target sasaran atau pasar, sehingga masyarakat umum masih banyak yang belum mengetahui Tabungan iB Hijrah Rencana yang ada di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna.

4. Strategi tempat

- a. Kekuatan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dalam strategi tempat yaitu seperti yang diungkapkan bapak Bela Adani Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna berada di Jl. Jendral Sudirman No. 81 Tanah Lapang kota Manna Kabupaten Bengkulu Selatan. Lokasi ini sangat strategis karena berada dekat dengan pusat kota, dilingkungan kawasan pendidikan, instansi-intansi lembaga, jadi akan memudahkan masyarakat untuk berkunjung dan mengetahui lebih lanjut apa saja produk yang ada di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna.
- b. Kelemahan yang dimiliki oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dalam strategi tempat yaitu sempitnya gedung menyebabkan nasabah yang antri harus berdiri menunggu antrian, dan Parkiran terlalu kecil menyebabkan nasabah yang berkunjung malas untuk bersinggah karena terkendala dalam memparkirkan kendaraanya.

Adapun strategi pemasaran syariah yang diterapkan pada tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna adalah sebagai berikut:¹⁰

¹⁰ Brosur Tabungan iB Hijrah Rencana Bank Muamalat KCP Manna

1. Sesuai Syariah

Dapatkan ketenangan batin dari produk perbankan yang menjaga kemurnian kaidah syariah.

2. Terpercaya

Dipersembahkan oleh bank pertama murni syariah yang telah teruji melewati tahunan pengalaman.

3. Beragam Manfaat

- a. Fleksibel

Nominal jangka waktu menabung dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan anda.

- b. Ringan

Setoran bulanan mulai dari Rp.100 Ribu dan tidak dikenakan biaya administrasi bulanan.

- c. Nyaman

- 1) Fasilitas autodebit bebas biaya yang secara otomatis memindahkan dana setoran bulanan dari rekening sumber dana.

- 2) Saat jatuh tempo, saldo tabungan iB Hijrah Rencana akan berpindah buku secara otomatis ke rekening sumber dana anda.

- d. Terukur

Memberikan gambaran proyeksi jumlah dana yang akan diterima. Anda dapat mengetahui indikasi total dana dengan jumlah

bagi hasil yang kompetitif.

Berikut adalah indikasi perolehan dana saat jatuh tempo dengan asumsi nisbah 30% (nominal dapat berubah sewaktu-waktu, tergantung pada H1-1000 Bank setiap bulan).

Jangka waktu menabung (tahun)	Setoran bulanan (Rp ribu)				
	100	250	500	750	1000
1	1.216	3.039	6.079	9.118	12.157
3	3.736	9.341	18.682	28.023	37.364
5	6.381	15.952	31.904	47.856	63.808
10	13.574	33.936	67.872	101.807	135.743
15	21.684	54.210	108.420	162.630	216.840
20	30.827	77.066	154.133	231.199	308.265

4. Melindungi

Anda akan mendapatkan perlindungan asuransi jiwa tanpa perlu melakukan *medical checkup*, dengan biaya premi ditanggung oleh Bank sepenuhnya. Tabungan iB Hijrah Rencana dilengkapi dengan asuransi jiwa syariah dari perusahaan asuransi syariah yang ditunjuk oleh bank. Spesifikasi produk asuransi dan persetujuan klaim mengikuti syarat dan ketentuan mitra asuransi. Informasi lengkap mengenai produk dapat diakses melalui *website* Bank Muamalat (www.bankmuamalat.co.id). Nilai pertanggungan sampai dengan Rp.1 miliar dengan ketentuan

sebagai berikut:

- a. Jangka waktu menabung di bawah 6 bulan

Mitra asuransi kami akan membayar sisa setoran bulanan sampai jatuh tempo secara *lumpsum* ditambah santunan duka 20 kali setoran bulanan apabila nasabah meninggal dunia karena kecelakaan.

- b. Jangka waktu menabung 6 bulan sampai dengan 20 tahun

Mitra asuransi kami membayar sisa setoran bulanan sampai jatuh tempo secara *lumpsum* ditambah santunan duka 20 kali setoran bulanan apabila nasabah meninggal dunia karena kecelakaan atau meninggal dunia secara wajar.

Melihat permasalahan nasabah yang dikhawatirkan terjadi pengeluaran uang yang secara berlebih dan tidak terkontrol (pemborosan) dan menghindari kata “Ribet” dalam hal penyetoran, Bank Muamalat mempunyai solusi untuk nasabah, yaitu Tabungan iB Hijrah Rencana.¹¹

Tabungan iB Hijrah Rencana adalah produk tabungan syariah yang memberikan kemudahan nasabah Muamalat menabung secara disiplin dengan jangka waktu yang telah ditentukan. Metode setoran untuk Tabungan Rencana Muamalat menggunakan sistem autodebet, sehingga nasabah dapat disiplin menabung dengan nilai setoran yang nasabah dan pihak bank sepakati.

¹¹ Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

Tujuan tabungan iB Hijrah Rencana yang dipersiapkan oleh pihak Bank Muamalat untuk kebutuhan nasabah di masa mendatang. Seperti halnya untuk memenuhi kebutuhan perencanaan keuangan dalam jangka pendek maupun jangka panjang yang sudah terjadwal, misalnya untuk pendidikan, pernikahan, hari tua, dan sebagainya.

Dilihat dari tujuan nasabah Tabungan iB Hijrah Rencana lebih dominan kepada sistem menabung dengan jangka waktu, sistem autodebet yang lebih tidak memberatkan nasabah dalam efisien waktu dan pengelolaannya. Bagi hasil yang didapatkan nasabah pada tabungan iB Hijrah Rencana juga terbilang kompetitif pada nisbah bagi hasil tabungan.

Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*, yang pada dasarnya setiap bank menerapkan akad sebagai dasar dalam suatu produk untuk memberikan salah satu fasilitas kepada nasabah, terutama pada tabungan iB Hijrah Rencana Bank Muamalat.

Mudharabah Muthlaqah (investasi tidak terikat) yaitu pihak pengusaha diberi kuasa penuh untuk menjalankan proyek tanpa larangan/gangguan apapun urusan yang berkaitan dengan proyek itu dan tidak terikat dengan waktu, tempat, jenis, perusahaan, dan pelanggan. Dalam hal ini penabung bertindak sebagai *shahibul maal* (nasabah) dan pihak bank sebagai *mudharib* (bank) dan harus ada kesepakatan mengenai tenggang waktu dan penarikan antara nasabah dan bank agar dana dapat diputar oleh bank.

Bank memberikan imbalan atas penempatan tabungan berjangka yaitu tabungan iB Hijrah Rencana berupa bagi hasil yang besarnya ditentukan pada saat pembukaan sesuai dengan nisbah yang telah diperjanjikan. Pembayaran bagi hasil tabungan berjangka dilakukan pada tanggal yang sudah ditetapkan oleh pihak nasabah, yaitu tanggal pada saat perpindahan dari tabungan induk ke tabungan iB Hijrah Rencana. Dari hasil pengelolaan dana tabungan iB Hijrah Rencana, Bank Syariah akan membagikan hasil keuntungan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati di awal akad pembukaan rekening.

Dengan menggunakan akad mudharabah, yakni akad bagi hasil. Setiap penempatan dana nasabah, saldo rata-rata milik nasabah yang mengendap dan dikelola Bank Muamalat, mendapatkan bagi hasil dari setiap keuntungan diperoleh bank selaku mudharib setiap bulannya.

Produk ini, tidak dikenakan biaya administrasi bulanan terhadap nasabah, tetapi jika nasabah melakukan penarikan sebelum berakhirnya jangka waktu, nasabah akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 100.000,-

Sesuai dengan data yang diperoleh pada dasarnya tabungan iB Hijrah Rencana adalah tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah*, yang ditujukan untuk keperluan investasi dan bersifat fleksibel dalam jangka waktu penyimpanan dan penarikannya. Pada tabungan iB Hijrah Rencana menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*,. Bank dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, mempunyai kuasa untuk melakukan berbagai macam usaha yang

tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain. Namun, disisi lain, bank juga memiliki sifat sebagai wali amanah (*trustee*), yang berarti bank harus berhati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya.

Dan dari keterangan pada bab sebelumnya dapat dianalisis bahwasanya dengan tabungan iB Hijrah Rencana dengan akad *mudharabah muthlaqah* yang ada di Bank Muamalat KCP Manna ini dapat memberikan sistem autodebet yang praktis, fasilitas dana aman dan terjamin, sesuai penjaminan pemerintah, mendapatkan bagi hasil yang kompetitif.

1. Syarat-Syarat pembukaan Tabungan iB Hijrah Rencana Bank Muamalat:

- a. Usia saat pembukaan rekening minimal 17 tahun, maksimal 60 tahun
- b. Usia pada saat tabungan Muamalat Rencana iB jatuh tempo maksimal 65 tahun.
- c. Memiliki rekening Tabungan induk sebagai rekening sumber dana nasabah.
- d. Usia nasabah yang diasuransikan pada saat jatuh tempo masa menabung tidak melebihi 65 (enam puluh lima) tahun.

$x + n \leq 65$ tahun x : usia masuk peserta

n : masa asuransi

e. Usia dihitung pada saat calon peserta dinyatakan diterima sebagai peserta . apabila usia peserta adalah x tahun y bulan maka :

- Usia peserta adalah x tahun, jika $y < 6$ (enam) bulan ;
- Usia peserta adalah $x + 1$ tahun, jika $y > 6$ (enam) bulan.

Prosedur pada tabungan iB Hijrah Rencana sama dengan tabungan wadiah, dengan membawa identitas KTP dan NPWP jika ada tapi itu jika berdomisili di tempat pembukaaan tabungan, jika tidak berdomisili dengan tempat pembukaan membawa identitas SIM dengan syarat KTP dan SIM harus sama dari segi nama, alamat, ttd dan lain-lain.

2. Syarat-Syarat Penutupan Rekening :

- a. Otomatis saat telah jatuh tempo.
- b. Apabila gagal debet setoran selama 3 bulan berturut-turut.
- c. Atas permintaan Nasabah.
- d. Apabila saldo hasil klaim nasabah telah dikreditkan ke rekening sumber dana nasabah

Salah satu tujuan promosi Bank Muamalat KCP Manna adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Berikut ini strategi promosi yang digunakan Bank Muamalat KCP Manna dalam mempromosikan produk

tabungan iB Hijrah Rencana Bank Muamalat KCP Manna:¹²

1. Memperluas jaringan dari satu nasabah kemudia menawarkan pada pasangan, keluarga, dan teman nasabah melalui telepon atau langsung datang kerumah.
2. Dengan breosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keungan syariah, produk maupun jasa layanannya, khususnya produk tabungan iB Hijrah Rencana.
3. Dengan website www.bankmuamalat.co.id/ayohijrah, informasi tentang Bank Muamalat KCP Manna dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk tabungan iB Hijrah Rencana pada bank Mumalat KCP Manna dapat diketahui masyarakat secara luas.
4. Penjualan pribadi dilakukan oleh marketing dengan cara door to door.
5. Melalui media sosial, whatsapp, instagram, dan facebook.

¹² Tiara Karunia Pratiwi, Customer Service, Wawancara Pada Tanggal 16 November 2020 di Bank Muamalat KCP Manna.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan dari penelitian yaitu:

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna dalam bersaing yaitu dengan menggunakan strategi *marketing mix* 4P, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi.

Strategi Pemasaran Syariah yang diterapkan pada tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna:

1. Sesuai Syariah

Dapatkan ketenangan batin dari produk perbankan yang menjaga kemurnian kaidah syariah.

2. Terpercaya

Dipersembahkan oleh bank pertama murni syariah yang telah teruji melewati tahunan pengalaman.

3. Beragam Manfaat

a. Fleksibel

Nominal jangka waktu menabung dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan anda.

b. Ringan

Setoran bulanan mulai dari Rp.100 Ribu dan tidak dikenakan biaya administrasi bulanan.

c. Nyaman

1) Fasilitas autodebit bebas biaya yang secara otomatis memindahkan dana setoran bulanan dari rekening sumber dana.

2) Saat jatuh tempo, saldo tabungan iB Hijrah Rencana akan berpindah buku secara otomatis ke rekening sumber dana anda.

d. Terukur

Memberikan gambaran proyeksi jumlah dana yang akan diterima. Anda dapat mengetahui indikasi total dana dengan jumlah bagi hasil yang kompetitif.

4. Melindungi

Anda akan mendapatkan perlindungan asuransi jiwa tanpa perlu melakukan *medical checkup*, dengan biaya premi ditanggung oleh Bank sepenuhnya.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, maka saran yang diberikan kepada Bank Muamalat KCP Manna dalam strategi pemasaran produk tabungan iB Hijrah Rencana Bank Muamalat agar terus berinovasi dalam hal pemasaran dengan membuat program-program baru untuk menarik minat masyarakat menggunakan produk tabungan ini dengan tetap berprinsip pada

syariat islam.

Selain itu perlunya sosialisasi lebih mendalam lagi mengenai produk tabungan iB Hijrah Rencana Bank Muamalat kepada Masyarakat agar lebih mengetahui tentang produk ini serta program-programnya. Dalam hal ini pihak bank berarti harus terus meningkatkan *skill marketing* melalui pendidikan *marketing* dalam hal strategi pemasaran dan pemahaman tentang produk tersebut.

Suatu penelitian akan memiliki arti jika dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca maupun penelitian berikutnya, atau penelitian lanjutan yang diharapkan memasukkan variable lain yang belum dimasukkan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pegawai bank sebagai responden yang tentunya berdampak pada terbatasnya generalisasi hasil penelitian. Untuk memperluas generalisasi hasil penelitian, disarankan pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2015.
- Adam, Muhammad. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Afnan, I.Abbas. “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Hijrah Rencana Pada Bank Muamalat Cabang Manado*”. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.8 No.1. 2019.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo. 2007.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT.RajaGrafindo Persada. 2018.
- Brosur Tabungan iB Hijrah Rencana Bank Muamalat KCP Manna
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2015.
- Daryanto. Sari Kuliah *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV.Yrama Widya. 2013.
- Eliyah. “*Strategi Pemasaran Tabungan Muamalat PRIMA iB Dalam Meningkatkan Dana Ritel (Tabungan Pada Bank Muamalat Indonesia)*”. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Manajemen Dakwah. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta. 2014.
- Fatikhotussolikh, Umi. “*Analisis Pemasaran Pada Tabungan iB Tunas Hasanah di PT Bank BNI Syariah Kantor Kas Hidayatullah Banyumanik Tahun 2015*”. Skripsi. FEBI. Perbankan Syariah. IAIN. Salatiga. 2015.
- Hermawan, Agus dan MBus. *Komunikasi Pemasaran*. Malang: PT.Gelora Aksara Pratama. 2012.
- Hurriyati, Ratih. “*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*”. Jakarta: Uhamka Press. 2005.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group. 2011.
- Jatmiko, Ady. “*Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan iBTapenas Hasanah Pada Bank BNI Syariah Semarang*”. FEBI. Perbankan Syariah. IAIN. Salatiga. 2015.

- Kinrear, Thomas C dan Taylor James R. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 1997.
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Malang: PT.Gelora Aksara Pratama. 2001.
- Kotler, Phillip dan Keller, Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Malang: PT.Gelora Aksara Pratama. 2008.
- Kotler, Philip. "*Manajemen Pemasaran Jilid I*". Jakarta: Prenhalindo. 2012.
- Lamarto, Yohanes dan Maulana, Agus. *Marketing Research*. Malang: PT.Gelora Aksara Pratama. 1987.
- Leksono, Sonny. *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi Dari Metodologi ke Metode*. Depok: PT.RajaGrafindo Persada. 2013.
- Mauludianah, dkk. "*Analisis Strategi Pemasaran Tabungan Mabrur Di Bank Syariah Mandiri KCP Pandaan Pasuruan*". *Jurnal Ekonomi Islam* Vol.10, No.2, Juni 2019.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya. 2019.
- Najmudin. *Manajemen Keuangan Dan Akuntansi Syar'iyah Modern*. Yogyakarta: CV.Andi Offset. 2011.
- Pertiwi, Desy Putri. "*Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X*". *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol . 9 No. 1 Tahun 2016.
- Pradja, Juhaya S. *Ekonomi Syariah*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2012.
- Punomo, Agus dan Muhammad Rusdiansyah. "*Analisis Produk Tabungan Ib Muamalat Prima Bisnis Terhadap Sector Rill Perekonomian Masyarkat (studi kasus PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Banjarmasin)*". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.5 No.1. 2019.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: Bumi aksara. 2008.
- Siagian, Sondang P. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT.Bumi Aksara. 2016.
- Silvanita, Ktut. *Bank dan Lembaga Lain*. Malang: PT.Gelora Aksara Pratama. 2009.

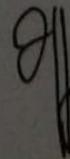
- Sugiyono. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D”*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Supriyanto, Muhammad dan Muhammad Tali. *“Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketik Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap Di The Sun Hotel Madiun”*. Jurnal Epicheirisi Vol.2 No.1. 2018.
- Suryana. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat Patria. 2006.
- Suryani, Tatik. *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jalarta: Prenada Media Group. 2017.
- Syakir, Muhammad. *Syari’ah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka. 2006.
- Wawancara dengan Bapak Bella Adani (Sub Branch Manager) di Bank Muamalat KCP Manna Pada Tanggal 16 November 2020.
- Wawancara dengan Ibu Tiara Karunia Pratiwi (Customer Service) di Bank Muamalat KCP Manna Pada Tanggal 16 November 2020.
- Wijaya, Evelyn dan Puspa Marantika Ariyanti. *“Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang A.Yani Pekanbaru”*. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING). Vol.1 No.2, Juni 2018.

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Eliza Septiani
NIM : 1611140210
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	<ul style="list-style-type: none">- Belum jelas Indikatornya,- Harus jelas Permasalahannya- Bab 2 kurang tentang analisis Pasarnya, Perbanyak lagi.	<ul style="list-style-type: none">- Baca skripsi terdahulu- Penulisan footnote diperbaiki- Metadanya dilengkapi Referensi

Bengkulu,
Penyeminar,



Amimah Oktarina, M.E
NIP.199210212018012001

2021.02.2



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimill (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor
Lampiran
Perihal

: 1292/In.11/F.IV/PP.00.9/10/2020

Bengkulu, 27 Oktober 2020

: -
: **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Kepala KESBANGPOL Kabupaten
Bengkulu Selatan

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyelesaian Program Studi Sarjana S.1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2020/2021 atas nama:

Nama : Eliza Septiani

NIM : 161 114 0210

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul : "Strategi Pemasaran Syariah Tabungan IB

Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna"

Tempat penelitian: Bank Muamalat KCP Kota Manna

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui
An. Dekan
Wakil Dekan
Dr. Nural Hak, M. A.
NIB 0196606161995031002

2021.02.23



PEMERINTAH KABUPATEN BENGKULU SELATAN
 KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KABUPATEN BENGKULU SELATAN

NOMOR : 070/113/IP/DPMPSTP/XI/2020

TENTANG

IZIN PENELITIAN

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KABUPATEN BENGKULU SELATAN

- Membaca)
- Menimbang)
- dan sebagainya)
- Mengingat)

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
 PERTAMA : Memberikan Izin Penelitian Kepada Sdr :
 Nama : ELIZA SEPTIANI
 Alamat Tempat Tinggal : Desa Talang Jawi II Kec. Padang Guci Hilir Kab. Kasir
 Judul : "Strategi Pemasaran Syariah Tabungan IB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kasir Cabang Pembantu (KCP) Manna."
 Tujuan : Untuk Melengkapi Persyaratan Perkuliahan
 Tempat / Lokasi Penelitian : Bank Muamalat KCP Kota Manna
 Lembaga : IAIN Bengkulu
- KEDUA : Apabila peneliti mengubah dan atau menambah Spesifikasi, peneliti harus mengajukan permohonan untuk izin perubahan dan atau penambahan.
- KETIGA : Apabila dalam pelaksanaan penelitian terdapat pelanggaran atau tidak sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka :
 1. Pemohon / Peneliti dikenai sanksi,
 2. Izin Penelitian dibatalkan / dicabut.
- KEEMPAT : Izin penelitian ini berlaku sampai dengan tanggal 30 Desember 2020.
- KELIMA : Keputusan ini disampaikan kepada Sdr. ELIZA SEPTIANI berupa petikan untuk diketahui, diindahkan dan dipergunakan sesuai dengan keperluan.
- KEENAM : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Manna
 Pada tanggal : 12 November 2020

BIAYA GRATIS



An. Bupati Bengkulu Selatan
 Kepala Dinas Penanaman Modal
 dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Kabupaten Bengkulu Selatan



Drs. H. SAMSU HARDI, S.F., M.Si
 NIP. 19620202 199203 1 005

1. **Judul 2**

(Jelas, spesifik, tidak ambigu, rentang 6 (enam) sampai dengan 11 (satu belas) kata)

Latar Belakang Masalah

(Minimal 5 (lima) paragraf mengungkapkan masalah yang terdapat antara idealisasi dan praktik/pelaksanaan nyata)

Rumusan Masalah

(Jelas, spesifik dan tidak ambigu)

2. **Judul 3**

(Jelas, spesifik, tidak ambigu, rentang 6 (enam) sampai dengan 11 (satu belas) kata)

Latar Belakang Masalah

(Minimal 5 (lima) paragraf mengungkapkan masalah yang terdapat antara idealisasi dan praktik/pelaksanaan nyata)

Rumusan Masalah

(Jelas, spesifik dan tidak ambigu)

30) **Validasi judul oleh Pengelola Perpustakaan Fakultas**

Catatan:

Pengelola Perpustakaan

Debby Rizaldi, MBA

NIP. 1984072019032012

31) **Perencanaan judul oleh Kaprodi**

31.00000 **Jelaskan Pelaksanaan yang dimaksud pada judul, sesuai dengan permasalahan yang diteliti**

Signature

Yoni Permady, M.M

NIP. 198708121994032001

32) **DAFTAR YANG DISAJIKAN**

Mengantar:

Manajemen Strategi

Edy Supriyanto, M.A
NIP. 19720509042001

Ditandatangani

Mahasiswa

Edy Supriyanto
NIM. 1911140216



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 39211
Telpon (0736) 51276-51171-51172-53879 faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Eliza Septiani Program Studi : Perbankan Syariah
NIM : 1611140210 Pembimbing II : Amimah Oktarina, M.E.
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Syariah Tabung IB Hijrah Rencana di Bank
Muamalat Kantor Cabang (KCP) Manna

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf	
1	Senin, 5 Oktober 2020	BAB I	1. Footnote pakai TNR 2. Kegunaan praktisi dibagi 3. Kurang referensi	f	
		BAB II	1. Kurang referensi 2. Footnote pakai TNR		f
		BAB III	1. Kurang referensi 2. Jelaskan berapa jumlah informan dan siapa saja		f
2	Kamis, 22 Oktober 2020	Pedoman Wawancara	ACC	f	
3	Selasa, 1 Desember 2020	BAB IV	1. Perbaiki display teks hasil penelitian 2. Perbaiki bab metode penelitian di Bab I 3. Jumlah halaman skripsi minimal 60	f	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-53879 Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : SENIN, 21 September 2020
Nama Mahasiswa : Eliza Septiani
NIM : 1611140210
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
STRATEGI PEMASARAN SYARIAH TABUNGAN IB HIJRAH RENCANA DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) MANNA	 Eliza	

Mengetahui
a.n. Dekan
Wakil Dekan I,

Dr. Nurulhak, M.A.
NIP. 196606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola
Perpustakaan (Sentu) Rangkap

2021.02.23 15:33

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama : Eliza Septiani
 NIM : 1611140210
 Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Syariah Tabung-an 10 Hijrah Pontore
 di Bank Muamalat Korp Munc

No	Tanggal	Masalah	Saran	Pa
1		latar belakang		
2		Rumusan masalah		
3		Teori Hg Pemasaran Syariah		
4		Kesimpulan		
5		Baca buku pedoman		
		Mat pen dan penulisan		

Bengkulu, 5-2-2021

Penguji

[Signature]

2021.02.23 1

NIP.

LEMBAR SARAN TIM PENGUJI

Nama : Eita Septiana
NIM : 1511140210
Mata Kuliah : Strategi Pemasaran Syariah
Sikripsi : di Bank Muamalat City Branch 18 Hight Pencane

No	Tanggal	Masalah	Saran
		<p>Teori Pemasaran Syariah Tambahkan Sejalan dgn Teori Tersebut Perbaiki Tata cara Penulisan Sebutkan dengan Panduan Panduan yg Telah ditentukan</p>	

Bengkulu, 5-2-2021
Penguji L1

2021.02.23

SURAT KETERANGAN
NO : 004/BMI/C-BKL/I/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

Nama : **Eliza Septiani**
NPM : 1611140210
Program Studi : Perbankan Syariah Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Telah melaksanakan kegiatan penelitian dalam rangka mencari data untuk melengkapi penulisan skripsi pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu dengan skripsi yang berjudul:

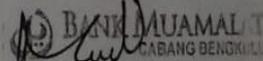
"Strategi pemasaran syariah Tabungan iB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Bengkulu

Pada tanggal : 20 Januari 2021 M
06 Jumadil Akhir 1442 H

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Cabang Bengkulu



Median Efrado
Plt. Branch Operation Service Manager

HALAMAN PENGESAHAN

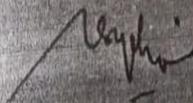
Proposal Skripsi berjudul "Strategi Pemastian Syariah Tabungan IB Himpah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Mantta" yang disusun oleh:

Nama : Eliza Septiani
NIM : 1611140210
Prodi : Perbankan Syariah

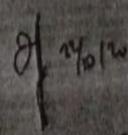
Sudah diperbaiki sesuai dengan arahan tim pembimbing, selanjutnya dipakakan memenuhi Syarat Ilmiah untuk diajukan Surat Izin Penelitian.

Bengkulu, Oktober 2020 M
Shafar 1442 H

Pembimbing I


(Drs. M. Syakroni, M.A.)
NIP.195707061987031003

Pembimbing II


(Ammal Oktarina, M.E.)
NIP.199210212010012001

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah


(Yoni Armandi, M.M.)
NIP.198500012014032001

2021.02.23 15



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

SURAT PENUNJUKAN

Nomor: 1271/In.11/ F.IV/PP.00.9/10/2020

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Drs. M. Syakroni, M. Ag.
NIP. : 195707061987031003
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Amimah Oktarina, M. E.
NIP. : 199210212018012001
Tugas : Pembimbing II

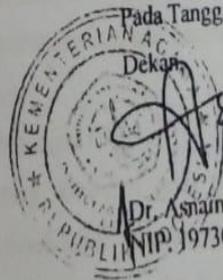
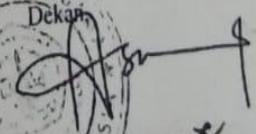
Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

- N A M A : Eliza Septiani
NIM : 1611140210
JURUSAN : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Syariah Tabungan IB Hijrah Rencana di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Manna**

Demikian surat penunjukkan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu

Pada Tanggal : 16 Oktober 2020


Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.

2021.02.2

BANK MUMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) MANNA



KARYAWAN BANK MUMALAT(KCP) MANNA



SESI WAWANCARA

