

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suthe Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suthe Jambi

# STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KCP KUALA TUNGKAL

## SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
dalam Ilmu Perbankan Syariah Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Oleh :  
**Nurul Annisa**  
**NIM 502180097**

**Pembimbing 1 : Dr. Habriyanto, M.E.I**  
**Pembimbing 2 : Muhammad Subhan, M.E**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGRI**  
**SULTHAN THAHA SAIFUDDIN**  
**JAMBI**  
**2022**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Annisa  
NIM : 502180097  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

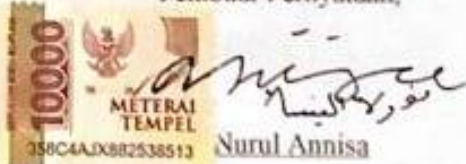
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

“STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KCP KUALA TUNGKAL” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat gelar kelulusan dan gelar keserjanyaanya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan bila diperlukan.

Jambi, April 2022

Pembuat Pernyataan,

  
Nurul Annisa  
502180097

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Pembimbing I : Dr. Habriyanto, M.E.I  
Pembimbing II : Muhammad Subhan, M.E  
Alamat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi  
Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122  
Website: <https://febi.uinjambi.ac.id>

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Di-  
Jambi

#### NOTA DINAS

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

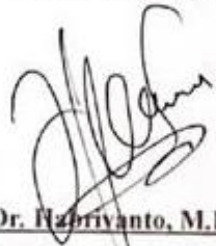
Setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Nurul Annisa NIM. 502180097 yang berjudul "Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal" telah disetujui dan dapat diajukan untuk diujikan pada ujian skripsi dengan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Maka dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut agar dapat diterima dengan baik. Demikian nota dinas ini kami buat, kami ucapkan terimakasih

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Yang menyatakan :

Dosen Pembimbing I



Dr. Habriyanto, M.E.I  
NIP. 197810052009121004

Dosen Pembimbing II



Muhammad Subhan, M.E  
NIP. 197411202014111001



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Arif Rahman Hakim No.1 Telanaipura Jambi 36122 Telp./Fax: (0741) 65600 Website: febi-uinjambi.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : B456 /D.V/PP.00 920/2022

Skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal" yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nurul Annisa  
NIM : 502180097  
Tanggal ujian skripsi : 26 juli 2022  
Nilai munaqasyah : 80,4 (A)

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sarjana Strata Satu UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.

Tim Penguji;  
Ketua Sidang,

**Dr. H. M. Nazori Majid, M.Si**  
NIP. 19730418 199903 1 002

Penguji I,

**Dr. Putri Apria Ningsih, M.A**  
NIP. 19870408 201503 2 005

Penguji II,

**Khairivani, SE., M.S.Ak**  
NIP. 19920409 202012 2017

Pembimbing I,

**Dr. Habriyanto, M.E.I**  
NIP. 19781005 200912 1 004

Pembimbing II,

**Muhamad Subhan, M.E**  
NIP. 197411202014111001

Sekretaris Sidang,

**Neneng Sudharwati, SE., M.M**  
NIDN. 2002117801

Jambi, 22 Agustus 2022  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi  
Dekan,



**Dr. A. A. Miftah, M.Ag**  
NIP. 19731125 199603 1 001



## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui (QS. Al-Anfal Ayat 27)

“Bahkan saat pikiranmu meremehkanmu sendiri, Allah tetap mendukungmu dengan mengatakan KAU CIPTAAN TERBAIKNYA”

(At-Tin:4)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jambi





## PERSEMBAHAN

### بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat kesehatan, rezeki dan keberkahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik guna untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1). Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya yang sangat berharga dalam hidup saya yaitu ayah Drs. H. Muhammad Yunus dan ibu Hj. Harwati. Ayah sang pahlawan keluarga dan ibu wanita terhebat di dunia. Terimakasih untuk ridho, motivasi, kekuatan, dan untaian doa disetiap langkah saya. Terimakasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya kecil ini kepada ayah dan ibu yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tidak terhingga yang tidak mungkin bisa saya balas hanya dengan selembar kertas bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan.

Terimakasih telah menjadi orang tua yang sempurna, semoga Allah senantiasa melidungi dan memberikan ayah dan ibu kesehatan.

Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia karna saya sadar bahwa selama ini belum bisa berbuat yang lebih.

Terimakasih kepada Mas Hadi Krida Laksana A.Md.T. Sebagai pasangan yang saat ini menjadi tunangan dan sebentar lagi InsyaAllah menjadi pasangan hidup saya.

Terimakasih sudah menjadi bagian dari motivasi dan kekuatan saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Terimakasih kepada Dosen Pengajar, Pembimbing dan Penguji yang selalu sabar, membimbing, memberi ilmu dan mengajarkan banyak hal, semoga Bapak dan Ibu ridho atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan. Semoga Allah membalas kebaikan Bapak dan Ibu.

Teman-teman seperjuangan, terimakasih untuk segala canda tawa yang kita lalui sehingga masa kuliah terasa sangat begitu berarti dan akan menjadi kenangan yang sangat indah



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal serta kendalanya, permasalahan pada penelitian ini adalah kenapa jumlah nasabah tabungan dan pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tidak konsisten mengalami kenaikan dan mengalami penurunan? Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal? Dan apa saja kendala yang dihadapi oleh Bank Mandiri Syariah KCP Kuala Tungkal pada saat melakukan kegiatan pemasarannya?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan sumber datanya yaitu data primer dan data sekunder, data primer didapatkan melalui wawancara dengan Branch Manager BSM KCP Kuala Tungkal, karyawan dan nasabah BSM serta Kabag Kesra, sedangkan data sekundernya didapatkan melalui studi pustaka, dan media internet. Teknik pengumpulan datanya menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Lokasi penelitian berada di Kuala Tungkal, Kecamatan Tungkal Ilir. Teknik analisis data dilakukan dengan metode reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Keterpercayaan hasil penelitian ini melalui pengamatan, triangulasi data dan konsultasi pembimbing.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan BSM KCP Kuala Tungkal ialah melalui kegiatan Marketing Mix secara umum dan syariah. yaitu bersosialisasi dengan masyarakat, dan melakukan kegiatan GESER BRO. Pemasarannya juga dilakukan melalui media sosial, dan melalui layanan QRIS berupa aplikasi dan media cetak yang ditempel di toko nasabah dan masji, dan bekerjasama dengan Bapedda Tanjabbarat melalui kegiatan CSR pada tahun 2016 dan 2018.

Kendala yang dihadapi oleh Bank Mandiri Syariah KCP Kuala Tungkal pada saat melakukan kegiatan pemasarannya ialah karna kurangnya layanan mesin ATM yang disediakan oleh BSM yang ditempatkan di berbagai tempat di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, kurangnya pemahaman masyarakat juga menjadi kendala karna hal ini menjadi penyebab turun nya pamor perbankan syariah.



## ABSTRACT

This study aims to examine the Marketing Strategy of Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal and its constraints, the problem in this study is why the number of savings and financing customers at Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal does not consistently increase and decrease? What is the marketing strategy carried out by Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal? And what are the obstacles faced by Bank Mandiri Syariah KCP Kuala Tungkal when carrying out its marketing activities?.

This study uses a descriptive qualitative approach. With the data sources, namely primary data and secondary data, primary data was obtained through interviews with Branch Manager BSM KCP Kuala Tungkal, BSM employees and customers and the Head of Welfare Division, while secondary data was obtained through library research, and internet media. The data collection technique used the method of observation, interviews, and documentation. The research location is in Kuala Tungkal, Tungkal Ilir District. The data analysis technique was carried out by data reduction methods, data presentation, and drawing conclusions. The reliability of the results of this study through observation, triangulation of data and consultation with supervisors.

The results of this study indicate that the marketing strategy carried out by BSM KCP Kuala Tungkal is through marketing mix activities in general and sharia. namely socializing with the community, and carrying out SLIDE BRO activities. Marketing is also done through social media, and through QRIS services in the form of applications and print media posted on customer stores and mosques, and in collaboration with Bappeda Tanjabbarat through CSR activities in 2016 and 2018.

The obstacle faced by Bank Mandiri Syariah KCP Kuala Tungkal when carrying out its marketing activities was the lack of ATM machine services provided by BSM which were placed in various places in Tanjung Jabung Barat Regency, the lack of public understanding was also an obstacle because this was the cause of the decline in prestige. Syariah banking.





## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah rabbil alamin*, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat, hidayahnya, yang mana dalam penyelesaian skripsi ini penulis selalu diberikan kesehatan dan kekuatan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kemudian shalawat dan salam semoga tetap telimpah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya kejalan yang benar dan dapat dirasakan manifestasinya dalam wujud Imam, Islam dan amal nyata yang *shalih likulli zaman wa makan*.

Skripsi ini diberi judul **“Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal”** Kemudian dalam penyelesaian proposal skripsi ini, penulis akui tidak sedikit hambatan serta rintangan yang penulis hadapi baik dalam pengumpulan data dan dalam penyusunannya. Berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan baik. Sehubung dengan selesainya skripsi ini maka peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada yang terhormat:

1. PROS. Dr. H. Su'aidi Arsy'ari, MA,Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
2. Dr. A. A. Miftah, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
3. Dr. Rafidah, S.E. M.E.I selaku Wakil Dekan bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
4. Titin Agustin Nengsih, S.Si., M.Si., Ph.D selaku Wakil Dekan bidan Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

5. Dr. Sucipto, M. A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerja sama Luar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
  6. Bambang Kurniawan, S.P., M.E dan Muhamad Subhan, M.E selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
  7. Dr. Habriyanto, M.E.I selaku Dosen Pembimbing I dan Muhamad Subhan, M.E selaku Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing peneliti sehingga terselesaikannya naskah skripsi ini.
  8. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang sudah memberikan ilmu kepada peneliti sehingga peneliti menjadi lebih dewasa dalam berfikir, bersikap dan juga bertindak.
  9. Seluruh Karyawan dan karyawan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi yang sudah memberikan pelayanan administrasi secara profesional sehingga lancarnya proses penyelesaian skripsi ini.
  10. Perpustakawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, perpustakaan wilayah, perpustakaan Bank Indonesia dan Perpustakaan Kota Jambi yang sudah memberikan pelayanan dengan baik sehingga memberi kemudahan peneliti dalam memperoleh beberapa literature.
  11. Dan yang terakhir kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang sudah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
  12. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi.
- Peneliti mengucapkan Terima Kasih atas jasa yang sudah diberikan, sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan lancar dan semoga amal kebajikan yang sudah diberikan dinilai sebagai ibadah oleh Allah Ta'ala.



Disamping itu, peneliti menyadari bahawa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karna kesempurnaan hanya dimiliki oleh Allah. Dengan begitu maka sangat diharapkan kritik serta saran yang bisa membangun agar bisa menjadi catatan perbaikan untuk kedepannya yang lebih layak secara akademisi dan ilmiah. Semoga penelitian ini bisa memberikan manfaat bagi semua pihak dan peneliti selanjutnya.

Hormat saya

Nurul Annisa

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
  2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....                 | i    |
| <b>NOTA DINAS</b> .....                        | ii   |
| <b>PENGESAHAN</b> .....                        | iii  |
| <b>MOTTO</b> .....                             | iv   |
| <b>PERSEMBAHAN</b> .....                       | v    |
| <b>ABSTRAK</b> .....                           | vi   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                          | vii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                    | viii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                        | xi   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                      | xiii |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>                       |      |
| A. Latar Belakang .....                        | 1    |
| B. Identifikasi Masalah .....                  | 9    |
| C. Batasan Masalah .....                       | 10   |
| D. Rumusan Masalah .....                       | 10   |
| E. Tujuan Penelitian .....                     | 10   |
| F. Manfaat Penelitian .....                    | 11   |
| a. Manfaat Teoritis .....                      | 11   |
| b. Manfaat Praktis .....                       | 11   |
| G. Sistematika Penulisan .....                 | 11   |
| <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN</b> |      |
| A. Kajian Pustaka .....                        | 13   |
| B. Studi Relevan .....                         | 39   |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>               |      |
| A. Objek Penelitian .....                      | 43   |
| B. Jenis Penelitian .....                      | 43   |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
    a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
    b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suftha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suftha Jambi



|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| C. Jenis dan Sumber Data.....      | 44 |
| D. Instrumen Pengumpulan Data..... | 45 |
| E. Metode Analisis Data.....       | 48 |

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| A. Hasil Penelitian .....            | 50 |
| B. Pembahasan Hasil Penelitian ..... | 69 |

#### **BAB V PENUTUP**

|                     |    |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan ..... | 82 |
| B. Implikasi.....   | 83 |
| C. saran .....      | 83 |

#### **DAFTAR PUSTAKA .....**

85

#### **LAMPIRAN PERTANYAAN WAWANCARA**

#### **CURRICULUM VITAE**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthan Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthan Jambi





## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan dan Pembiayaan 2016-2020... | 6  |
| Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....                           | 39 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sulthna Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sulthna Jambi



## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Allah telah menurunkan Al-Qur'an sebagai sebuah petunjuk untuk manusia agar terjaganya fitrah manusia sebagai makhluk yang telah diamanahi memakmurkan bumi. Rasulullah SAW telah memberikan contoh yang tauladan untuk manusia agar dalam menjadi khalifah di muka bumi ini manusia tetap menjaga nilai-nilai kebenaran. Oleh sebab itu, maka setiap semua ucapan, tindakan serta semua yang dilakukan Rasulullah merupakan pedoman dalam menegakkan perintah dan menjauhi larangan yang telah ditetapkan oleh Allah. Al-Qur'an dan hadist ialah sumber syariah islam yang kekal dan mutlak kebenarannya.<sup>1</sup>

Semua aktivitas dalam hidup harus dilakukan dengan perencanaan yang baik. Agama islam merupakan agama yang memberikan sintesis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan juga bimbingan. Perencanaannya tidak lain ialah dengan memanfaatkan "Karunia Allah" secara sistematis yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu, dengan cara memperhatikan kebutuhan masyarakat dan juga nilai kehidupan yang berubah-ubah. Dalam arti yang lebih luas, perencanaan mencakup persiapan dalam menyusun rancangan untuk setiap kegiatan ekonomi. Konsep modern mengenai perencanaan yang harus dimengerti dalam arti terbatas, diakui dalam agama islam. Karena perencanaan seperti itu mencakup pemanfaatan sumber yang disediakan oleh Allah dengan sebaik-baiknya untuk kehidupan dan kesejahteraan manusia.<sup>2</sup>

Ditengah ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, salah satunya dalam lembaga keuangan di Indonesia yang berusaha mempertahankan eksistensinya

<sup>1</sup> Susilo E, *Pengawasan Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah*. (Yogyakarta. UPP STIM YKPN, 2018), hlm 27.

<sup>2</sup> Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Dan Praktik Syariah Dalam Bisnis Kontemporer*. (Bandung, Alfabeta), hlm 340.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

di masyarakat dengan cara menarik perhatian para nasabah dan juga berupaya meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, salah satu kegiatan yang dilakukan ialah pemasaran. Salah satu pakar pemasaran Philip Kotler mendefinisikan marketing mix ialah merupakan fungsi organisasi yang berproses menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai bagi customer, dan mengolah hubungan yang memberikan keuntungan bagi perusahaan dan segenap pemangku kepentingan.

Menurut Muhammad Syakir Sula, berbisnis dengan landasan syariah ialah sangat memprioritaskan sikap serta perilaku simpatik, bersikap bersahabat dengan orang lain, maka orang lainpun dengan mudah bersahabat dengannya. Rasulullah telah bersabda:

رَجِمَ اللهُ رَجُلًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا شَتَرَ وَإِذَا اقْتَضَى (رواه البخاري)

“Semoga Allah memberikan rahmat kepada orang yang murah hati (sopan) pada saat dia menjual, membeli, atau pada saat ia sedang menuntut haknya” (HR. Bukhari).<sup>3</sup>

Hal ini juga berlaku dalam marketing syari’ah, yang dalam teori serta aplikasinya harus memprioritaskan moral dan etika. Marketing syari’ah sangat menekankan bahwa pentingnya menjalin tali silaturahmi kepada stakeholder dalam perusahaan. Tidak hanya itu, dalam bisnis juga wajib menetapkan prinsip syariah islam dalam aktivitas bisnis. Yang mana dalam orientasinya tidak cuman sebatas untuk duniawi saja melainkan orientasi akhirat pun harus diperhatikan. Melalui syariah marketing diharapkan dapat meningkatkan relationship yaitu hubungan kemitraan antara bank dengan nasabah dijalin secara terus menerus dalam usaha meningkatkan kepercayaan.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Al-Imam Abu Abdullah Muhammad Bin Ismail Al Bukhari dan Achmad Sunanto, *Shahih Bukhari, Jilid III* (Semarang, CV. Asy Syifa), hlm 211

<sup>4</sup> Muhammad and R. Lukman Fathoni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis*. (Jakarta, Penerbit Salemba Diniyah, 2020, hlm ix-x.

Menurut Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, proses marketing syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah. Proses bisnis pun harus terjamin dengan tidak terjadinya penyimpangan terhadap prinsip syariah, dengan begitu maka setiap transaksi pemasarannya diperbolehkan.

Dalam hidupnya Nabi Muhammad melakukan perdagangan bisnis dengan sangat menekankan pada karakter serta sifat Nabi Muhammad yang dalam proses berbisnis. Nabi Muhammad juga sudah menunjukkan cara berbisnis yang berprinsip pada kebenaran, kejujuran, serta amanah, namun demikian tetap mendapat keuntungan yang optimal. Sangat berpegang teguh dengan nilai-nilai yang ada pada Al-Qur'an dan juga hadist, nilai inilah yang menjadi landasan yang menunjukkan untuk terus adil dan benar. Landasan atau aturan ini yang menjadi suatu syari'ah (hukum dalam berbisnis)

Sifat Nabi Muhammad yang membuat Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis ialah: Pertama, jujur atau benar. Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Apabila terdapat produk yang memiliki kelemahan atau cacat, tanpa konsumen bertanya kepada Nabi Muhammad, beliau akan langsung menyampaikan kelemahan dan kualitas produknya tersebut dengan jujur dan benar. Kemudian yang kedua ialah amanah dan juga bisa dipercaya. Yang mana Seorang pebisnis harus bisa dipercaya seperti sifat Nabi Muhammad yaitu amanah. Pada saat bedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik orang lain, baik itu hasil dari penjualan atau sisa barang. Yang ketiga ialah Fathanah atau cerdas dan bijaksana. Seorang pebisnis yang cerdas ialah merupakan seorang pebisnis yang sanggup menghayati, memahami, serta mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya yang baik. Dengan sifat ini seorang pebisnis bisa menciptakan kreativitas serta kemampuan dalam berbagai inovasi yang bisa memberikan manfaat bagi suatu perusahaan. Seorang pebisnis harus memiliki sifat fathanah agar mampu menjadi pebisnis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dokumen dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

yang sukses seperti Nabi Muhammad. Yang terakhir ialah tabliq atau argumentatif. Marketer harus bisa menyampaikan keunggulan produk dengan baik dan menarik dan juga tepat sasaran tanpa harus melalaikan kejujuran serta kebenaran.<sup>5</sup>

Tidak hanya itu, seorang marketer perlu memiliki gagasan yang luas dan juga pemahaman dan mampu berkomunikasi dengan tepat dan mudah dipahami oleh orang yang mendengar. Dengan demikian, nasabah bisa dengan mudah memahami inti pesan bisnis yang disampaikan. Seorang Marketer akan dengan mudah melakukan marketing syariah jika memiliki sifat yang sesuai dengan tuntutan dalam syariah. Namun hal itu tidak cukup, karna seorang pebisnis harus mempersiapkan diri dengan konsep pemasaran yang ampuh agar dapat meraih pasar rasional

Menurut Prof. Dr. H. Juhaya pradja dalam buku karya Karim dengan judul Analisis Fiqh dan Keuangan. Dalam memasarkan produk-produknya strategi pemasaran yang baik merupakan kunci utama agar mampu mempertahankan loyalitas nasabah. Apabila produk perbankan banyak diminati oleh masyarakat, maka akan semakin banyak juga manfaat yang diterima bank, karena begitu pentingnya peran pemasaran maka dari itu bagian marketing bank harus dengan benar memahami strategi pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan untuk meraih kepercayaan nasabah dan calon nasabah.<sup>6</sup>

Seluruh tehnik atau strategi yang sudah dirancang akan berlangsung dengan optimal apabila disertai oleh peningkatan value dari produk atau jasa pemasar. Maksud dari peningkatan value disini ialah pemasar mampu dan sanggup menciptakan produk yang kuat yang memberikan layanan yang

<sup>5</sup> Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Marketing Syariah*. (Bandung, Mizan, 2006), hlm xxvii-xxxii.

<sup>6</sup> Karim, I. A. A, *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*. (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2016), hlm 70.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi







membuat nasabah menjadi loyal, serta sanggup menjalankan proses yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan nasabah.

Dalam proses penyusunan strategi pemasaran, terdapat beberapa hal yang perlu dipertimbangkan yaitu yang pertama, *segmentation* yang merupakan sebuah proses memilah kelompok nasabah berdasarkan keinginan, kekuatan, dan daya beli. Melalui segmentasi, seorang sales akan lebih mudah memasarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. Kedua, *targetting* yang merupakan proses menentukan siapa, dan nasabah yang mana serta berapa banyak yang akan ditawarkan produk yang akan dijual. Dalam Proses ini mempertimbangkan segmentasi nasabah dan kesesuaian produk yang ditawarkan. Dan yang terakhir, *positioning* yang merupakan sebuah proses menentukan posisi produk sedemikian rupa sehingga pasar atau nasabah yang menjadi sasaran mengenal tawaran dan citra khas perusahaan. Apabila perusahaan tidak melakukan penetapan posisi dengan baik, maka akan menimbulkan dampak pasarnya akan bingung.<sup>7</sup>

Bank Syariah Mandiri hadir sebagai Bank yang mengkombinasi idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasai operasinya, harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank syariah Mandiri sebagai alternative jasa perbankan di Indonesia.

Bank Syariah Mandiri yang saat ini mengkombinasi menjadi Bank Syariah Indonesia telah beroperasi di banyak daerah tepatnya di Kuala Tungkal yang berlokasi di jl. Ki Hajar Dewantara No. 3 kecamatan Tungkal Ilir. Berikut jumlah nasabah tabungan dan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tahun 2016-2020 dapat dilihat pada tabel 1.1 di bawah ini :

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. (Andi Offset, 2014), hlm 84-86.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan Dan Jumlah Nasabah Pembiayaan Bank**  
**Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal Tahun 2016-2020**

| Tahun | Nasabah Tabungan | Persentase | Nasabah Pembiayaan | Persentase |
|-------|------------------|------------|--------------------|------------|
| 2016  | 867              | -          | 679                | -          |
| 2017  | 1.123            | 22,79      | 480                | (-41,45)   |
| 2018  | 772              | (-45,46)   | 387                | (-24,03)   |
| 2019  | 723              | (-6,77)    | 699                | 44,63      |
| 2020  | 688              | (-5,08)    | 285                | (-145,26)  |

Sumber: Data BSM KCP Kuala Tungkal

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah nasabah tabungan dan jumlah nasabah pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tidak konsisten mengalami kenaikan dan mengalami penurunan yang signifikan, yang mana pada jumlah nasabah tabungan di tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 22,79 persen, namun pada 2018 mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar 45,46 persen, pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 6,77 persen, dan pada tahun 2020 kembali mengalami penurunan sebesar 5,08 persen.

Dan pada jumlah nasabah pembiayaan di Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal juga tidak konsisten mengalami kenaikan dan mengalami penurunan, dimana pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 41,45 persen, pada 2018 juga mengalami penurunan sebesar 24,03 persen, namun pada tahun 2019 mengalami kenaikan yang signifikan sebesar 44,63 persen,



dan pada tahun 2020 kembali mengalami penurunan yang sangat signifikan sebesar 145,26 persen.<sup>8</sup>

Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal mengalami penurunan setiap tahunnya. Salah satu faktor yang menyebabkan jumlah nasabah menurun tentu terletak pada strategi pemasaran yang belum efektif. Seharusnya strategi pemasaran Bank menjadi cara yang ampuh bagi Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tersebut untuk meraih simpati dari masyarakat Kuala Tungkal.

Namun berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal belum efektif dan belum menjalani strategi utama pemasaran yaitu promosi *online* dan *offline*, hal ini dapat dilihat dari kurangnya melakukan periklanan melalui media sosial, media percetakan dan televisi, kurangnya bersosialisasi dengan masyarakat dan kurangnya melakukan personal selling, sehingga membuat banyak masyarakat Kuala Tungkal kurang tertarik akan produk dan jasa yang tersedia pada Bank Syariah Mandiri.

Sebagaimana informasi yang sudah peneliti dapatkan dari hasil wawancara peneliti dengan Branch Manager pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal mengatakan “Dalam pemasaran kami melakukan banyak kegiatan, salah satunya dengan mengadakan perkumpulan di warkop mael yang bertepatan di kuala tungkal parit 1, dalam perkumpulan ini kami berdiskusi, sharing, berbincang ringan sembari selang seling membahas produk pada BSM dengan kalimat yang sederhana agar masyarakat yang join ataupun mendengar bisa memahami produk pada BSM, yang pasalnya masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa Bank Syariah dan bank konvensional sama”.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Data Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tahun 2016-2020.

<sup>9</sup> Wawancara EP (BM), November 2021.

Bank syariah Mandiri memiliki alamat website yang diperuntukkan khusus bagi masyarakat Indonesia secara umum untuk mengetahui berbagai hal tentang produk Bank Syariah. Nasabah cukup masuk dalam website tersebut, kemudian memilih informasi apa saja yang ingin diaksesnya. Cara promosi online seperti ini sangat praktis, sehingga dapat menjangkau Nasabah Bank secara tidak langsung. Promosi menjadi salah satu cara terefektif sebagai strategi pemasaran Bank. Bukan hanya Bank Syariah Mandiri saja, melainkan Bank-Bank Syariah lainnya. Pasalnya, konsumen biasanya memang bersifat pasif untuk mencari tahu berbagai produk Perbankan yang dipasarkan saat ini.

Namun dengan kurangnya promosi melalui media *online* dan *offline*, kurangnya bersosialisasi dengan masyarakat, serta kurangnya melakukan personal selling oleh pihak Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal menyebabkan strategi pemasaran belum efektif, sehingga keputusan masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa perbankan semakin berkurang, dikarenakan sedikitnya informasi yang diterima masyarakat Kuala Tungkal menimbulkan dampak yang buruk bagi Bank. Oleh sebab itu, pihak Bank harus lebih aktif untuk memperkenalkan produk-produk miliknya kepada nasabah atau calon nasabah.

Kemudian dari segi pelayanan, berdasarkan pra riset yang sudah peneliti lakukan bahwa layanan pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal dinilai terlalu lama, terbukti dengan banyaknya antrian para nasabah. Pegawai terlalu lama dalam memberikan pelayanan pada pembukaan rekening atau tabungan baru untuk nasabah, yang mana membutuhkan waktu 25 hingga 30 menit untuk melayani pembukaan rekening atau tabungan. Walaupun kenyataannya hal ini terjadi pada saat saat tertentu saja, namun tetap saja hal ini menjadi permasalahan dalam bauran pemasaran yang dilakukan Bank, yang mana seharusnya Bank harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah sehingga membuat nasabah merasa puas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Melihat pada sifat Nabi Muhammad dalam berbisnis yang mana Nabi Muhammad jujur, amanah, fathanah, dan tabligh. Berdasarkan observasi peneliti bahwa karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal belum memberikan penjelasan yang detail mengenai bank syariah yang jika dilandaskan dengan sifat Nabi Muhammad ialah sifat “Tabligh” atau argumentatif dan komunitatif, sesuai dengan sifat Nabi Muhammad yang mana masih banyak nasabah yang tidak tahu mengenai akad dalam tabungan baik itu akad wadiah dan mudharabah, hal ini terbukti dari wawancara peneliti dengan nasabah yang menyatakan bahwa tidak mendapat penjelasan detail dari customer service mengenai akad wadiah dan mudharabah pada saat baru membuka rekening walaupun pada kenyataannya bisa saja nasabah mencari informasi melalui media namun pasalnya banyak konsumen atau nasabah yang bersifat pasif dalam mencari informasi.

Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal yang merupakan lembaga keuangan perbankan di bidang jasa yakni sebagai mediator antara pihak yang mempunyai dana dan pihak yang membutuhkan dana harus melakukan strategi pemasaran dengan tetap memperhatikan produk-produk tabungan yang ditawarkan kepada nasabah, pemberian potongan, lokasi yang digunakan serta promosi yang akan dijalankan, hal ini bertujuan agar dapat meningkatkan jumlah nasabah bank tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk menggali lebih dalam lagi mengenai fenomena atau permasalahan dalam penelitian ini yang berjudul **“Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas terdapat beberapa fakta yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi







Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

1. Jumlah nasabah tabungan dan jumlah nasabah pembiayaan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tidak konsisten mengalami kenaikan dan mengalami penurunan dari tahun 2016-2020.
2. Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal kurang melakukan promosi baik promosi online dan offline.
3. Karyawan Bank Syariah Mandiri belum memberikan penjelasan yang detail mengenai Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.
4. Pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal belum berjalan maksimal, terbukti dari terlalu lamanya proses dalam administrasi hal ini terjadi karna kurangnya tenaga administrasi yang dimiliki bank.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah serta mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti maka diperlukan adanya pembatasan masalah. Penelitian ini hanya fokus pada Strategi Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan rumusan masalah yaitu:

1. Kenapa jumlah nasabah tabungan dan pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tidak konsisten mengalami kenaikan dan mengalami penurunan?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal?
3. Apa saja yang menjadi kendala dalam Strategi Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal?

### E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah untuk:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dokumen dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

1. Untuk mengetahui kenapa jumlah nasabah tabungan dan pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tidak konsisten mengalami kenaikan dan mengalami penurunan.
2. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.
3. Untuk mengetahui kendala dalam Strategi Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumber informasi, ilmu pengetahuan, dan sumber rujukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.
2. Secara Praktis
  - a. Bagi penyusun, dapat menambah wawasan, pengalaman dan pengetahuan yang lebih mendasar mengenai Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri.
  - b. Bagi perusahaan, diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terutama tentang penerapan Strategi Pemasaran.
  - c. Bagi pihak lainnya, bahan penelitian ini di harapkan menjadi masukan evaluasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi penyusun sendiri, dan juga bagi mahasiswa FEBI yang bersangkutan dengan penelitian ini.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Tujuan sistematika penulisan ini adalah memberikan gambaran secara umum mengenai isi dari penelitian ini. Sehingga dapat terlihat kesinambungan antara bab lainnya. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebaga berikut :



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

- BAB I:** Pendahuluan, yang terdiri dari sub bab yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan
- BAB II:** Dalam bab ini memaparkan tentang kajian pustaka, dan studi relevan.
- BAB III:** Dalam bab ini memaparkan tentang metode penelitian
- BAB IV:** Merupakan inti dari penulisan skripsi yaitu pemaparan tentang hasil penelitian dan pembahasan.
- BAB V:** Pada bab ini merupakan bagian akhir yang penting berisikan tentang kesimpulan, implikasi dan berisikan tentang saran-saran yang direkomendasikan kepada pihak-pihak tertentu, serta penulis mengungkapkan keterbatasan penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN STUDI RELEVAN

#### A. KAJIAN PUSTAKA

##### 1. Pengertian Syariah Marketing

Muhammad Syakir Sula mendefensikan pemasar sebagai suatu usaha dalam menyampaikan dan menyediakan barang serta jasa yang tepat kepada orang, tempat, waktu, promosi, komunikasi, dan harga yang tepat. Disamping itu ada pengertian yang biasanya digunakan dalam pembahasan pemasaran, pengertian tersebut menyatakan pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang ditunjukkan untuk memenuhi, memuaskan kebutuhan serta keinginan manusia melalui proses pertukaran.<sup>10</sup>

Menurut (lughawi), syariah ialah “jalan ke tempat pengairan” atau “jalan yang harus diikuti” arti ini biasa digunakan bangsa arab. Namun para ahli mendefenisikan syariah ialah suatu tindakan yang berubungan dengan tingkah laku manusia diluar hal yang berhubungan dengan akhlak, dengan begitu syariah ialah merupakan suatu nama bagi hukum yang sifat nya alamiah.

Farouk Abu Zeid dalam buku *Syariah Al Islamiyah* mejelaskan syariah ialah apa-apa yang ditetapkan oleh Allah melalui lisan Nabi Muhammad. Allah ialah pembuat hukum yang menyangkut kehidupan agama dan akhirat.<sup>11</sup>

Dalam buku marketing syariah karangan Syakir Sula, Syaikh Yusuf Al-Qaradhawi mengatakan bahwa menurut pandangan islam cangkupan pengertian syariah sangatlah luas dan komprehensif. Yang artinya

<sup>10</sup> Muhammad Syakir Sula, *Marketing Bahlul*. (Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada), Hlm 367-368.

<sup>11</sup> Sudirman Suparman, *Syariah Al-Islamiyah*, (Bandung, Ciptapustaka Media Perintis, 2012), hlm 3-4.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

didalamnya ada makna dan arti yang mengatur aspek kehidupan, mulai dari aspek ibadah, aspek keluarga, aspek bisnis, aspek ekonomi, aspek hukum dan pengadilan, serta aspek undang-undang.

Pemasaran ialah suatu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam agama islam, yang mana dalam proses transaksinya jauh dari hal yang dilarang dalam syariah. Profesor. Dr. H. Juhaya mendefenisikan bahwa pemasaran ialah proses sosial serta manajerial yang melalui penciptaan, penawaran, serta pertukaran produk atau value setiap individu dan kelompok mendapatkan apa-apa yang dibutuhkan serta inginkan.<sup>12</sup>

Allah SWT telah berfirman dalam QS Shad ayat 24:

وَأِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخَطَاءِ لَيَبْخِغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

Artinya *“Dan sesungguhnya, kebanyakan dari orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat dzalim kepada lainnya, kecuali orang yang beriman dan juga mengerjakan amal saleh, dan sangat sedikitlah mereka ini”* (QS. Shad ayat 24).<sup>13</sup>

## 2. Pemasaran Syariah

Pemasaran merupakan pendukung tercapai atau tidaknya suatu tujuan utama dalam berbisnis, profit yang tinggi. Namun, perlu di ingat bahwa profit yang tinggi bukan satu-satunya tujuan dalam bisnis islam. Rasulullah memberikan contoh kepada umatnya bahwa dalam menjalin dan menjaga silaturrahi dalam berdagang lebih penting dari pada mendapat keuntungan semata. Pemasaran merupakan bagian dari muamalah yang diperbolehkan dalam agama islam sepanjang jalan proses transaksinya tidak ada ketentuan syariah yang melarangnya.

Pasar syariah ialah pasar emosial, sedangkan pasar konvensional adalah pasar rasional. Artinya orang yang tertarik untuk berbisnis pada

<sup>12</sup> Muhammad Syakir Sula, *Marketing Syariah*. (Bandung, Mizan, 2006), hlm 25-26.

<sup>13</sup> QS.Shad Ayat 24.

pasar syariah karena alasan-alasan keagamaan (dalam hal ini agama islam) yang bersifat emosional, bukan karena ingin mendapatkan keuntungan finansial yang bersifat rasional, sebaliknya pada pasar konvensional, orang ingin mendapatkan keuntungan yang besar, tanpa peduli apakah bisnis yang digelutinya dan cara mendapatkan hasil tersebut mungkin menyimpang atau bahkan bertentangan dengan prinsip syariah.<sup>14</sup>

Tidak hanya mampu menciptakan nasabah yang loyal namun juga bisa menciptakan nasabah yang percaya dengan keberadaan pemasaran Al-Qur'an dalam dunia perbankan syariah saat ini. Inti dari prinsip pemasaran Al-Qur'an adalah kejujuran, keikhlasan, silaturahmi, bermurah hati, profesional dan penuh empati yang menjadi inti dari seluruh kegiatan marketing mix yang dilakukannya.<sup>15</sup>

Dalam pemasaran syariah, seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, atau proses perubahan nilai tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah. ada empat karakteristik yang terdapat pada syariah marketing, antara lain:

a. Teistis (*Rabbaniyah*)

Jiwa seorang syariah marketer meyakini bahwa hukum syariat yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan dan menyebarkan kemaslahatan.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Keistimewaan lain dari syariah marketer selain karena teistis juga karena ia sangat mengedepankan masalah akhlak (moral, etika)

<sup>14</sup> Nurul Huda, *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*, Edisi 1, (Depok, Kencana, oktober 2017), hlm 66.

<sup>15</sup> Toriquddin, M. *Etika Pemasaran Prespektif Al-Qur'an dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah*, De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum, 7 (2), hlm 166.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi







Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dalam seluruh aspek kegiatannya, karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh agama.

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

Syariah marketer adalah konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syariah islamiyah yang melandasinya. Syariah marketer adalah para pemasar profesional dengan penampilan yang bersih, rapih dan bersahaja, apapun model atau gaya berpakaian yang dikenakannya, bekerja dengan mengedepankan nilai-nilai religius, kesalehan, aspek moral dan kejujuran dalam segala aktivitas pemasarannya.

d. *Humanistis (Insaniyyah)*

Keistimewaan syariah marketer yang lain adalah sifatnya yang humanistis universal, yaitu bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara, serta sifat-sifat kemewahannya dapat terkekang dengan panduan syariah. Syariat islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan ras, jenis kelamin, warna kulit, kebangsaan dan status. Hal ini lah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistis universal.<sup>16</sup>

### 3. Tujuan Pemasaran Syariah

Allah memberikan amanah kepada manusia untuk mengelola bumi beserta isinya. Dengan demikian, kepercayaan yang diberikan oleh Allah SWT harus dimanfaatkan dengan baik sehingga mendatangkan kemaslahatan atau kesejahteraan disemua aspek kehidupan termasuk praktik pemasaran. Pada kenyataannya, ada banyak cara yang berbeda-beda dalam memanfaatkan kepercayaan yang diberikan oleh Allah SWT.

<sup>16</sup> Muhammad Syakir Sula, *Marketing Syariah*. (Bandung, Mizan, 2006), hlm 28-31.



prinsip yang dijunjung tinggi harus memenuhi beberapa prinsip sebagai berikut:

- a. Memenuhi syarat dan prinsip hukum atau syariat islam
- b. Memenuhi tujuan sosial dan ekonomi dalam masyarakat islam.

Menurut Arkam dalam buku Pemasaran Syariah karangan Asnawi dan Asnan Fanani bahwa untuk memperkuat suatu tujuan pemasaran bahwa pada dasarnya mempopulasikan sebuah tujuan pemasaran islam ialah suatu tantangan, namun karena tujuannya baik maka apapun yang dilakukan harus selaras atau sesuai dengan prinsip hukum islam. Untuk itu tujuan pemasaran dalam islam antara lain sebagai berikut:

- a. Memformulasikan serta membawa teori pemasaran menuju dunia baru sebagai bagian dari disiplin pemasaran modern sesuai dengan ajaran islam.
- b. Implementasi pemasaran syariah harus mampu menjadi bagian dari upaya untuk mewujudkan keadilan sosial.

Sebagaimana tujuan yang ditetapkan diatas, maka akan menemukan gagasan bahwa ajaran agama dapat digunakan sebagai alat pemasaran. Gagasan ini penting untuk dipertimbangkan karna apabila mengalami kegagalan dalam mengatasi berbagai masalah maka akan menciptakan keraguan mengenai apakah ajaran agama harus memisahkan diri dari aspek bisnis atau merupakan bagian dari dinamisasi ilmu yang bisa menjadi rujukan dalam setiap pengambilan keputusan bisnis serta membantu dalam menyelesaikan persoalan bisnis di zaman sekarang.<sup>17</sup>

#### 4. Prinsip Pemasaran Syariah

Dalam agama islam peningkatan spiritualitas manusia merupakan unsur yang sangat penting dari kesejahteraan manusia dan usaha apapun yang dilakukan untuk mencapai tujuan apabila bertentangan dengan ajaran

<sup>17</sup> Nur Asnawi dan M. Asnan Fanani, *Pemasaran Syari'ah*, (Depok, Rajawali Pres, 2017), hlm 122-123.



islam akan berakhir dengan kegagalan serta kerusakan. Prinsip-prinsip bisnis dalam islam menurut Ismanto dalam buku Pemasaran Syariah karangan Nur Asnawi dan Asnan Fanani meliputi prinsip kesatuan (*Tauhid*), prinsip kebolehan (*Ibadah*), prinsip keadilan (*Al-adl*), prinsip kehendak bebas (*Al Huririyah*), prinsip pertanggung jawaban, prinsip kebajikan dan kejujuran, prinsip kerelaan (*Ar-Ridha*), prinsip kemanfaatan dan prinsip haramnya riba. Adapun prinsip tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Prinsip Kesatuan (*Tauhid*)

Prinsip kesatuan ialah prinsip yang utama, yang kegiatan apapun yang dilakukan oleh manusia harus didasarkan pada nilai tauhid. Prinsip ini bisa menciptakan tekad bagi pelaku bisnis atau pemasaran untuk tidak berlaku diskriminasi pada semua pelaku bisnis. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Hujurat Ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya “Wahai manusia Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Mahateliti” (QS Al-Hujurat Ayat 13).<sup>18</sup>

Berdasarkan ayat diatas bisa diartikan bahwa terdapat larangan dalam praktik bisnis yang terlarang. Ayat diatas bisa diartikan bahwa terdapat larangan dalam melakukan aktivitas bisnis yang terlarang, dan takut kepada Allah, bahwa Allah selalu mengawasi, serta perlu menghindari sifat serakah dan juga melakukan penimbunan kekayaan,

<sup>18</sup> QS. Al-Hujurat ayat 113.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



karna kekayaan adalah amanah yang telah dititipkan Allah dan hanya milik Allah

b. Prinsip Kebolehan (*Ibadah*)

Prinsip kebolehan atau ibadah merupakan prinsip yang membebaskan pelaku pemasaran dalam melakukan kegiatan bisnis apapun yang tidak ada dalil melarangnya. Dalam Prinsip ini sangat berhubungan dengan kehalalan dalam aktivitas transaksi baik secara proses maupun secara objek yang ditransaksikan. Adapun kegiatan bisnis yang dilarang ialah karna barang atau zat nya sudah jelas dilarang untuk diperdagangkan, seperti arak atau minuman keras.

c. Prinsip Keadilan (*Al-Adl*)

Prinsip keadilan sangat menekankan bahwa sangat pentingnya seorang pemasar lebih mengutamakan manfaat dalam aktivitas bisnisnya. Islam sudah memberikan kebebasan dalam bertransaksi namun harus berpegang erat pada keadilan, aturan agama dan etika. Keadilan menekankan pemahaman mengenai bolehnya sesuai sesuai dengan halnya. Oleh sebab itu transaksi yang transparan, jujur wajar, dan tidak berlebihan dapat menimbulkan transaksi yang yang memenuhi rasa keadilan.

Keseimbangan akan terwujud melalui prinsip keadilan. Karna keseimbangan merupakan landasan atas dasar dalam mengembangkan harta melalui kegiatan pemasaran. Harta tidak tertumpuk pada satu pihak saja, melainkan harta di distribusikan secara merata sesuai dengan proposisinya dan bisa menjadi jembatan untuk menuju kesempurnaan jiwa yaitu khalifatullah.

d. Prinsip Kehendak Bebasan (*Al-Huriyyah*)

Prinsip kehendak bebasan ialah keinginan fitrah setiap manusia. Kebebasan merupakan kontribusi yang diberikan islam kepada manusia. Manusia diberikan hak untuk melakukan aktivitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

bisnis dengan cara melakukan janji, sehingga implikasinya ialah menepati janji, maupun sisi lain yang terkadang juga mengingkari janjinya.

Allah SWT berfirman dalam QS An-Nahl Ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya “Dan tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu melanggar sumpah, setelah diikrarkan, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat. (QS An-Nahl Ayat 91).<sup>19</sup>

#### e. Prinsip Pertanggung Jawaban

Prinsip pertanggung jawaban dapat merubah perhitungan dalam perspektif ekonomi dan juga bisnis, karena semua dituntut untuk terus berpacu pada keadilan. Secara sederhana seorang pebisnis harus menghitung margin secara benar, mengambil keuntungan yang wajar, memberikan upah yang adil, melarang semua transaksi yang mengandung unsur gharar, tadhlis, ihtikhar, ba’i najasy dan praktik penipuan. Karna dalam agama islam semua perbuatan dan perilaku manusia akan dimintai pertanggung jawabannya diakhirat kelak.

#### f. Prinsip Kebenaran dan Kejujuran

Dalam prinsip kebenaran ini mendorong seorang pebisnis untuk selalu bersikap terbuka dan ramah. Hal yang meliputi kebenaran dalam berbisnis ialah niat, sikap, perilaku, proses akad, transaksi, penetapan margin dan terakhir keuntungan.

Al-Qur’an sangat menegaskan bahwa praktik pemasaran tidak boleh dilakukan dengan jalan yang bathil, merusak dan juga dzolim.

<sup>19</sup> QS. An-Nahl Ayat 91.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Dalam prinsip kebenaran ini bahwa seorang pemasar dituntut untuk menjunjung tinggi kejujuran, karna kejujuran ialah aset penting dan memberikan keuntungan jangka panjang bagi pelaku bisnis. Sebuah kepercayaan akan mendorong relasi bisnis yang memberikan peningkatan profitabilitas secara berkesinambungan

g. Prinsip Kerelaan (*Ar-Ridha*)

Dalam agama islam sangat menekankan praktik bisnis dilakukan dengan dasar rela sama rela tanpa adanya paksaan atau intimidasi, prinsip kerelaan sangat mengedepankan kejelasan pelaku bisnis. Dalam melakukan akad kaidah sama-sama rela ialah merupakan unsur penting. Dalam aplikasinya, jika pelaku pemasaran berinteraksi atas dasar *antharaddin minkum* maka secara syar'i transaksinya sah dan berimplikasi pada kesejahteraan transaksi jual beli itu sendiri serta kemaslahatan pasca transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak.

h. Prinsip kemanfaatan

Terdapat aturan yang sangat tegas yang ditetapkan oleh Allah yaitu bahwa agama islam sangat mengutamakan prinsip kemanfaatan. Allah sangat menyukai kemanfaatan dari pada kemudharatan. Yang mana kemanfaatan dapat memberikan kesejahteraan manusia dan keseimbangan pada seluruh dimensi alam. Dalam kegiatan pemasaran penerapan prinsip kemanfaatan sangat berkaitan dengan objek transaksi bisnis. Dalam berbisnis, objek yang ditransaksikan tidak hanya berlabel halal saja namun mampu memberikan manfaat bagi konsumen. Jika terdapat objek transaksi yang memenuhi kehalalan namun mendatangkan kerusakan maka juga dilarang oleh Allah.

i. Prinsip Haramnya Riba

Prinsip haramnya riba ialah implementasi dari prinsip keadilan. Dalam praktik riba terdapat unsur dzalim didalamnya artinya terdapat





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

pihak yang mendzolimi dan terdzolimi, permasalahan riba tidak hanya menyangkut masalah ekonomi tetapi juga menyangkut moral. Oleh sebab itu, terciptanya prinsip mudharabah dan musyarakah yang merupakan solusi dari agama islam dalam berbisnis dan investasi. Melalui akad yang telah disepakati secara suka rela dari kedua belah pihak akan menerima ketentuan dan pembagian yang berkenaan dengan risiko kerugian dan keuntungan yang dihasilkan.<sup>20</sup>

## 5. Etika Pemasaran Syariah

Jika sebuah pemasaran telah memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun maka dapat dikatakan bahwa pemasaran tersebut beretika. Promosi harus dilakukan dengan menggunakan kalimat yang lembut, seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan kegiatan promosi. Sebagaimana Firman Allah dalam QS An-Nahl Ayat 125:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya “Serulah manusia kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah kamu dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu ialah yang maha mengetahui siapa yang sesat dijalanannya, dan dialah yang maha mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.(QS An-Nahl Ayat 125).<sup>21</sup>

Rasulullah telah menegaskan bahwa Allah memberikan rahmat kepada seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis. Dalam perbankan, memberikan layanan terbaik kepada nasabah bisa dilakukan dengan cara *say gretting*, jangan berdebat dengan nasabah walaupun anda benar. Rasulullah menganjurkan para pebisnis untuk selalu murah hati

<sup>20</sup> Nur Asnawi And M. Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah. Pemasaran Syariah*, (Depok, Rajawali Pres), hlm 122-123.

<sup>21</sup> QS. An-Nahl Ayat 125.

dalam berbisnis, mengalah namun bertanggung jawab. Marketer yang bersikap ramah dan lemah lembut akan menciptakan rasa simpati dan juga kepercayaan di hati nasabah. Tidak hanya itu, akan muncul kepuasan pada benak nasabah, bukan hanya karna kualitas produk yang baik tapi juga dikarenakan oleh kenyamanan nasabah dalam bertransaksi.

Umat manusia yang beriman diperintahkan untuk murah hati, sopan dan juga bersahabat saat melakukan praktik bisnis dengan sesama manusia. Allah telah menegaskan dalam Al-Qur'an untuk memberikan batasan kepada umat islam untuk berlaku sopan dalam kehidupan sehari-hari walaupun pada orang yang kurang cerdas atau sufaha.<sup>22</sup>

Dalam Tafsirnya M.Quraish Shihab menjelaskan bahwa orang yang memalingkan wajahnya dari orang lain merupakan bentuk penghinaan dan kesombongan. Manusia harus bersikap rendah hati, dan jika ingin melangkah janganlah berjalan di muka bumi dengan keangkuhan, namun berjalanlah dengan lembah lembut dan penuh wibawa, sesungguhnya Allah sangat tidak menyukai dan tidak melimpahkan kasih sayangnya kepada orang yang sombong, dan bersikap sederhana dalam berjalan, lunakkan suaramu sehingga tidak terdengar kasar bagaikan teriakan kedelai.<sup>23</sup>

Berdasarkan uraian diatas, disimpulkan bahwa pemasaran dalam perbankan harus menggunakan sikap sopan dan santun karena pada dasarnya jiwa seseorang akan merasa senang apabila diperlakukan dengan sopan santun. Allah melarang manusia bersikap sombong dan Allah tidak akan memberikan rahmatnya kepada orang yang sombong.

<sup>22</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam*. (Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2001), hlm 109-110.

<sup>23</sup> M. Quraish SHihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an juz 11*. (Jakarta, Lentera Hati, 2011), hlm 139.





## 6. Profesional Dalam Promosi

Dalam Al-Qur'an terdapat beberapa unsur bagi pemasaran yang profesional, adapun unsurnya sebagai berikut:.

### a. Sikap adil dalam berpromosi

Perilaku curang, adanya unsur gharar atau kebohongan, manipulasi, dan mencampur adukkan kebenaran dengan kebathilan, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan memberitahukan harga atau banyaknya pemesanan sering kali merusak citra bisnis diberbagai wilayah. Realitas ini bertolak belakang dengan etika pemasaran islam yang mengutamakan prinsip kejujuran.<sup>24</sup> Pedoman yang diberikan oleh Rasulullah ialah bahwa seorang pebisnis yang jujur serta dapat di percaya akan masuk surga bersama Nabi. Orang yang memberikan risalah Nabi (shiddiq) dan para syuhada' atau orang yang mati syahid. Al-Qur'an telah memerintahkan manusia untuk bersikap jujur, tulus, ikhlas dalam perjalanan hidupnya.

Ath Thabari berpendapat "*wa aufu al-kaila wa al-mizana bi al-qisth*" yang artinya janganlah kalian mengurangi timbangan ketika kalian menimbang untuk manusia akan tetapi penuhilah hak-hak mereka secara sempurna dengan cara yang adil.<sup>25</sup>

Lebih singkatnya seorang marketer harus adil dalam promosi sehingga tidak menimbulkan kekecewaan dibenak nasabah. Seorang pemasar bank tidak hanya menawarkan produk yang bersifat transaksional semata namun juga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dengan kemurahan hati dan bebas dari transaksi yang merugikan.

### b. Bersikap adil

<sup>24</sup> Muhammad Syakir Sula dan hermawan Kertajaya, *Marketing Syariah*. (Bandung, Mizan, 2006), hlm 107-109.

<sup>25</sup> Abu Ja'far Muhammad bin Jarir Ath- Thabari, *Tafsir Ath-Thabari, Juz 10*. (Maktabah Syamilah), hlm 686.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Ali Hasan menegaskan bahwa sistem perbankan islam harusnya dapat menyentuh semua masyarakat, bersikap adil terhadap orang lain walaupun non muslim sehingga konsep *Rahmatan Lil Alamin* dapat terimplementasikan bagi siapapun yang berinteraksi dengannya. Tujuan utama dari syariat islam ialah keadilan, keadilan harus bisa diwujudkan dalam segala aspek kehidupan manusia, seperti dalam masalah keluarga, sosial, ekonomi, politik, dan juga lingkungan.<sup>26</sup> Syari'i Antonio berpendapat bahwa larangan terhadap bunga bank ialah salah satu prinsip ekonomi yang adil.<sup>27</sup>

## 7. Marketing Mix Dalam Pemasaran Syariah

Dalam bauran pemasaran syariah terdapat beberapa pandangan para ahli yang sudah melakukan kajian secara teoritis, metodologis dan empiris dan dapat dikemukakan bahwa bauran pemasaran dalam pemasaran syariah masih mengalami perdebatan dan saling melengkapi. Secara umum, para ahli sudah merumuskan dan dapat digunakan sebagai guideline mengenai bauran pemasaran syariah yang telah ada dalam rumusan beberapa ahli, adapun bauran pemasarannya ialah: produk, harga, tempat, promosi, manusia, dan terakhir bukti fisik.

Abdullah dalam buku pemasaran syariah karangan Asnawi dan Asnan Fanani menemukan temuan bahwa bauran pemasaran seperti conformite (kesesuaian) terpacu pada produk, character (karakter) dan conscience (berhati nurani) ialah terpacu pada sifat manusia, commitment (komitmen) merujuk pada aspek proses. Lebih rinci rumusan bauran pemasaran islam dapat disajikan sebagai berikut:

- a. Produk (*product*)

<sup>26</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syaroah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Bank Syariah*. (Bogor, Ghalia Indonesia, 2010), hlm 5.

<sup>27</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. (Jakarta, Gema Insani Press, 2001), hlm 42-48.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

*Product* merupakan bagian dari elemen marketing mix. Secara eksplisit produk yang dilarang oleh Al-Qur'an dan sunah Nabi adalah bangkai, daging babi, darah hewan, minuman beralkohol, perjudian, prostitusi dan penggunaan bunga dalam praktik keuangan dan perbankan. Dalam perspektif islamic marketing produk harus memenuhi ketentuan halal, dan tidak menimbulkan fikiran kotor dan rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung unsur riba, bermoral, produk harus berkepemilikan yang sah. Produk menurut agama islam ialah produk yang memenuhi karakteristik realistik (hasil kreativitas), humanistik (produk yang manusiawi) disampaikan dengan santun, transformasi (semua pelaku bisnis memperoleh informasi yang lengkap mengenai spesifik produk).

Nabi Muhammad merupakan sosok yang pandai dalam memasarkan produk yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh Allah yaitu produk halal. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah Ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
 عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya “Wahai manusia, Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”<sup>28</sup> (QS. Al-Baqarah Ayat 168).<sup>29</sup>

#### b. Harga (*price*)

Salah satu elemen dari marketing mix dalam islam ialah harga. Dalam agama islam tidak dibenarkan menetapkan harga yang murah dibawah pasar, larangan praktik maisir atau mendapat keuntungan

<sup>28</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. (Jakarta, Gema Insani Press, 2001), hlm 160-163.

<sup>29</sup> QS. Al-Baqarah Ayat 168.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi

tanpa bekerja, dilarang menipu pelanggan demi mendapat keuntungan, perjudian, penimbunan, dan mengontrol harga yang mengakibatkan kelangkaan pasokan, dalam agama islam menimbun produk sangat dilarang.

Terdapat beberapa penentuan harga yang terlarang dalam agama islam, antara lain ialah menentukan harga yang berlebihan (predatory pricing) hal ini menimbulkan akibat ketidakadilan serta penipuan dalam hal menentukan harga. Rasulullah bersabda mengenai ketentuan yang berkaitan dengan strategi kebijakan harga *“Janganlah kamu menyaingi secara tidak sehat penjualan saudaramu sendiri”* (HR Bukhari dan Muslim).

Al-Qur’an dengan jelas melarang praktik curang dalam timbangan sebagai bagian dari pada kebijakan penentuan harga, Allah berfirman dalam QS. Al-Muthafifin Ayat 1-3.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ

*“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)”*

الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ

*“Yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan”*

وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

*“Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.”* (QS Al-Muthafifin 1-3).<sup>30</sup>

#### c. Tempat (*Place*)

Salah satu elemen dari Marketing Mix yang diartikan sebagai distribusi ialah place, yang mana place menentukan keberhasilan sebuah strategi pemasaran secara efektif. Keberadaan manusia,

<sup>30</sup> QS. Al-Muthafifin Ayat 1-3.



peralatan, perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran harus transparan dan memberikan kepuasan bagi pelanggan. Keputusan mengenai distribusi dari produk atau layanan harus mempertimbangkan maksimalisasi bahwa keuntungan belum tentu pilihan yang paling tepat untuk kesejahteraan masyarakat. Peran mekanisme tempat distribusi dapat menciptakan nilai dan mengangkat standar hidup yang lebih baik dengan menyediakan layanan yang beretika.

Rasulullah SAW bersabda “*Tidak diperbolehkan bagi penduduk kota menjadi perantara niaga bagi orang di desa, biarkanlah orang memperoleh rezeki Allah dari satu yang lain*” (HR Bukhari).<sup>31</sup>

Hadis di atas berkaitan dengan cara melakukan pemetaan tempat untuk mendorong suksesnya program suatu pemasaran. Pasar merupakan media untuk melakukan pertukaran dan juga menjalin silaturahmi antar pedagang termasuk misi berdagang ala Rasulullah. Pada dasarnya proses strategi distribusi yang baik menurut Islam sebagaimana yang dikemukakan dalam Hadis adalah mekanisme proses penyampaian atau pengiriman suatu barang tanpa adanya hambatan.

#### d. Promosi (*Promotion*)

Promosi ialah suatu upaya dalam memperkenalkan dan juga menawarkan produk kepada nasabah. Memberikan informasi yang berlebihan dalam promosi sangat dilarang dalam agama islam. Rasulullah tidak pernah melakukan promosi dengan memberikan informasi yang berlebihan, justru nabi Muhammad memberikan

<sup>31</sup> Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Mukhtasar Shahih Bhukhari III*. (Jakarta, Pustaka Azzam, 2012), hlm 86.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



informasi apa adanya sehingga konsumen mendapat informasi produk dengan jelas sebelum membeli.

Promosi yang berlebihan akan berdampak pada timbulnya kekecewaan konsumen akibat mendapatkan suatu barang yang tidak sesuai dengan ekspektasinya, jika konsumen kecewa maka konsumen akan memberikan informasi negatif melalui media *word of mouth* dan implikasinya hilangnya kepercayaan konsumen kepada marketer yang tidak jujur. Kejujuran sangat penting dalam kegiatan promosi, terdapat hadis yang disampaikan Rasulullah mengenai pentingnya kejujuran dalam melakukan promosi ialah “ *Yang dinamakan berdagang dengan janji palsu ialah usaha untuk melariskan barang dagangannya dan juga berusaha dengan cara yang tercela*”. (HR Bukhari dan Muslim).<sup>32</sup>

e. Manusia (*People*)

Dalam praktik pemasaran, manusia memegang peran yang sangat penting, baik sebagai produsen atau konsumen. Seorang marketer harus jujur serta bertanggung jawab kepada produk yang dibuat. Seorang marketer muslim harus memberikan perhatian serta perlindungan kepada supliernya, karyawan, partner bisnis, konsumen dan masyarakat. Rasulullah berpesan agar manusia menghindari produk dan jasa yang dilarang dalam agama islam, menghindari barang yang meragukan, jujur dalam membeli atau menjual, menghindari kegiatan penipuan dan praktik gharar. Dalam etika islam, seorang marketer harus menunjukkan rasa tanggung jawab dalam empat katagori, yaitu

- 1) Bertanggung jawab kepada Allah SWT
- 2) Bertanggung jawab kepada masyarakat

<sup>32</sup> Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Mukhtasar Shahih Bukhari III* (Jakarta, Pustaka Azzam, 2012), hlm 164-168.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

- 3) Bertanggung jawab atas kesejahteraan diri sendiri
- 4) Bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Jika seorang marketer melanggar salah satu katagori diatas maka tindakan itu termasuk melanggar prinsip Allah. Terdapat beberapa sabda Nabi Muhammad yang menjadi landasan perusahaan sebagaimana hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari:

- 1) Menghindari produk dan jasa yang secara tegas dilarang dalam islam.
  - 2) Menghindari barang yang bersifat ragu.
  - 3) Jujur dalam membeli dan menjual.
  - 4) Menghindari penipuan.
  - 5) Menghindari unsur gharar.
- f. Proses (*Process*)

Salah satu bagian dari marketing mix yang penting ialah proses, yang mana proses ini meliputi prosedur, mekanisme, alur kegiatan dalam pelayanan. Dalam proses menunjukkan seperti apa sebuah produk atau jasa disajikan sampai penggunaan. Dalam proses, seorang marketer harus memiliki integrasi intelektual dan kesadaran yang tinggi terhadap konsumen, seorang marketer harus mampu menciptakan kepercayaan, komunikasi dan mempraktikkan nilai etika mendasar yang bisa meningkatkan kepercayaan seorang konsumen. Seorang marketer wajib memiliki nilai-nilai dasar seperti, kejujuran, rasa tanggung jawab, keadilan, rasa hormat, keterbukaan, serta kemasyarakatan.

Rasulullah SAW telah mempraktikkan proses yang dimanifestasikan melalui bentuk pelayanan yang santun, ramah, dan jelas dalam memberikan informasi. Rasulullah telah memberikan contoh bahwa beliau sangat teliti dalam memberikan pelayanan, produk dan jasa yang disampaikan kepada konsumen merupakan suatu



amanah yang wajib dipertanggung jawabkan. Oleh sebab itu, apapun bentuk dan proses yang baik akan mendukung kepuasan konsumen.

g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik dalam bauran pemasaran ialah berupa, pertama fasilitas eksterior, yang meliputi desain eksterior, simbol, arah, petunjuk, parkir, pemandangan, dan yang terakhir lingkungan sekitarnya. Seperti beberapa muslim yang mendesain bangunan bank dan pusat perbelanjaan yang mengambil bentuk arsitektur islam. Kemudian yang kedua fasilitas interior, yang meliputi unsur desain interior, peralatan yang digunakan dalam melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjalankan bisnis, signage yang meliputi simbol, arah, petunjuk, tata letak, kualitas sirkulasi udara dan suhu. Dalam negara muslim biasanya akan terpampang gambar pendiri usaha yang menempel pada dinding sebagai tanda penghormatan kepada para sesepuh, tidak hanya itu, terpampang juga kaligrafi ayat Al-Qur'an dan hadis sebagai bentuk kearifan serta pepatah arab yang ditempel di dinding ruangan bisnis. Dan yang terakhir, tangibles other atau bukti fisik lain, seperti bukti fisik perusahaan, kartu nama, alat tulis pendukung dalam proses, laporan, penampilan karyawan, seragam serta brosur.

h. Janji (*Promise*)

Selain sumpah ada janji yang wajib ditepati, seperti firman Allah dalam QS Al-Ma'idah Ayat 1.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجْلَى الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya “Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.” (QS Al-Ma’idah Ayat 1).<sup>33</sup>

Menepati janji merupakan sebuah kewajiban. Berdosa jika mengingkari janji, baik janji melalui lisan atau tulisan, bahkan melanggar janji merupakan salah satu ciri-ciri orang yang munafik, sebagaimana Rasulullah telah bersabda

آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ وَإِذَا أُؤْتِمِنَ خَانَ

Artinya “Tanda orang munafik itu ada tiga, apabila ia berbicara ia berdusta, apabila ia berjanji ia mengingkari dan apabila ia dipercaya ia menghianati”.

Dari ayat diatas sudah jelas untuk menepati janji, seruapan menepati janji dalam ayat diatas berifat wajib. Maksudnya orang yang tidak menepati janji tanpa alasan yang tidak dibolehkan syariat akan mendapatkan dosa, yaitu berdosa terhadap orang yang telah kita berikan janji dan tidak ditepai yang menimbulkan luka dalam hatinya, dan dosa kepada Allah yang menjadi saksi dari perjanjian kita dengan orang lain.

#### i. Sabar (*Patience*)

*Patience* (kesabaran) merupakan elemen *marketing mix* sebagai kunci dalam melakukan komunikasi. Salah satu sifat marketer muslim yang baik adalah sabar, dan sabar adalah sifat yang disukai oleh Allah swt. Sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Anfaal Ayat 46 dan QS An-Nahl Ayat 127.

وَاطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ وَاصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

Artinya “Dan taatilah Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu berselisih, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan kekuatanmu

<sup>33</sup> QS. Al-Ma’idah Ayat 1.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

hilang dan bersabarlah. Sungguh, Allah beserta orang-orang sabar”. (QS Al-Anfaal Ayat 46).<sup>34</sup>

Sabar dalam praktik pemasaran ialah teliti dalam menangani nasabah atau pelanggan, sabar dalam mendengar keluhan pelanggan, sabar dalam melayani permintaan pelanggan, bersahabat dalam menyampaikan informasi spesifikasi produk.<sup>35</sup>

#### j. *Customer Centrism*

Mengingat nasabah sebagai titik fokus dari teori pemasaran, pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah sebenarnya inti dari praktik pemasaran. Menurut ajaran Islam, memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan menawarkan produk atau jasa yang bermanfaat sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah.

Dengan demikian, marketer harus memahami kebutuhan nasabah selama masih berada dalam margin produk atau jasa yang diperbolehkan dalam syariah. produk harus berkualitas tinggi untuk menghindari ketidakpuasan pelanggan. Selain itu, juga harus memilih merek yang mampu menambah kepercayaan nasabah.<sup>36</sup>

### 8. Transaksi Yang Dilarang Dalam Pemasaran Syariah

Dalam agama islam halal dan haram merupakan dua hukum yang saling bertentangan, halal ialah suatu kondisi yang bisa dilakukan menurut hukum Syar’i, sedangkan haram ialah suatu tindakan yang terlarang dalam hukum syar’i. Sesuatu yang halal apabila dikonsumsi akan memberikan dampak kebaikan dan keberkahan, yang mana meliputi kesucian dalam berfikir, kejernihan hati, sopan dan ramah dalam bertindak, sedangkan makanan atau perbuatan yang telah dihukumi haram maka akan

<sup>34</sup> QS. Al-Anfaal Ayat 46.

<sup>35</sup> Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Mukhtasar Shahih Bhukhari III*. (Jakarta, Pustaka Azzam, 2012), hlm 170-173.

<sup>36</sup> Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Mukhtasar Shahih Bhukhari III*. (Jakarta, Pustaka Azzam, 2012), hlm 177.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

menimbulkan sisi negatif contohnya hati yang keras, cara berfikir yang sempit dan tindakan yang terbiasa melanggar norma dan aturan agama islam.<sup>37</sup> Terdapat beberapa transaksi yang dilarang dalam agama islam:

a. Transaksi yang mengandung riba

Sejak zaman Rasulullah sebelum dan sesudah Rasulullah wafat permasalahan mengenai riba sudah ada dan belum berakhir. Seorang muslim harus tau hakikat riba dan keburukan yang ada didalamnya sehingga bisa menjadi penghalang dan tidak terjerumus kedalam transaksi riba. Risalah ini juga merupakan penjelasan dan peringatan bagi mereka yang telah bergelut dan pernah berinteraksi dengan riba agar segera menyadari kesalahannya bertaubat dan “mencuci tangan” dari transaksi ribawi.

Riba merupakan tambahan, baik yang terdapat pada sesuatu atau tambahan tersebut sebagai ganti terhadap sesuatu, seperti menukar satu dirham dengan dua dirham, secara lebih jelas lagi istilah riba ini digunakan pada dua bentuk riba, yaitu riba fadl dan riba nasi’ah.<sup>38</sup>

Secara jelas di dalam Al-Qur’an dengan tegas melarang dan mengharamkan riba, sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Baqarah Ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS Al-Baqarah Ayat 275).

Rasulullah juga bersbda dalam hadisnya, “Rasulullah salallahu alaihi wasalam melaknat pemakan riba, orang yang

<sup>37</sup> Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Mukhtasar Shahih Bhukhari III.* (Jakarta, Pustaka Azzam, 2012), hlm 283.

<sup>38</sup> Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Mukhtasar Shahih Bhukhari III.* (Jakarta, Pustaka Azzam, 2012), hlm 289.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

memberi makan dengan riba, juru tulis transaksi dan dua orang saksinya. Kedudukan mereka semua sama” (HR Muslim).<sup>39</sup>

b. Ketidakpastian (*Gharah/taghrir*)

Secara etimologi, gharar ialah sebuah keraguan, tipuan, atau suatu tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain. Beberapa ahli Fiqih mengemukakan beberapa defenisi gharar.

- 1) Ibn Taimiyah berpendapat bahwa gharar ialah konsekuensi yang tidak diketahui.
- 2) Ibn Qayyim berpendapat bahwa gharar ialah suatu yang tidak diketahui hasilnya atau hakikat dan ukurannya.
- 3) Dan menurut Abu Ya’la berpendapat bahwa gharar merupakan hal yang meragukan dua perkara, yang mana tidak ada tampak atau jelas.

Dengan begitu praktik gharar ialah mekanisme transaksi dalam bisnis yang mengganggu unsur penipuan akibat dari ketidakjelasan. Telah ditegaskan dalam agama islam bahwa bisnis yang serba tidak jelas sangat dilarang, hal ini di perkuat dengan sabda Rasulullah “*Rasulullah salallahu alaihi wa salam melarang jual beli al-hashahdan jual beli gharar*”(HR Abu Hurairah).

Jual beli gharar ialah semua bentuk jual beli yang didalamnya terdapat *jahalah* atau unsur ketidakjelasan dan di dalamnya terdapat unsur judi sehingga dihukumi haram.<sup>40</sup>

c. Penipuan (*Tadlis*)

Menurut para *Fukhaha*, tadlis dalam jual beli ialah tindakan menutupi aib suatu barang, tadlis juga terjadi apabila barang yang dijadikan objek ternyata tidak sesuai dengan yang dideskripsikan atau

<sup>39</sup> Idris, *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. (Jakarta, Prenandamedia Group, 2015), hlm 190.

<sup>40</sup> Idris, *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. (Jakarta, Prenandamedia Group, 2015), hlm 291-292.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

dipaparkan. Tadlis hukumnya haram, siapapun yang melakukannya akan mendapatkan dosa, karna tadlis ialah bagian dari penipuan yang sudah jelas ditegaskan dalam sabda Rasulullah *“Tidak termasuk golongan kami orang yang menipu”*(HR Muslim, Abu Daud, Tharmidzi, dan Ibnu Majah).

Tadlis merupakan suatu tata cara perolehan harta yang sangat diharamkan, siapapun yang memperoleh harta melalui tadlis maka harta yang diperoleh haram hukumnya dan secara syar’i tidak memiliki harta itu meski ia menguasainya. Allah akan mencabut keberkahan atas harta yang diperoleh melalui tadlis, Rasulullah telah bersabda *“Penjual dan pembeli memiliki khiyar selama belum berpisah, apabila keduanya berpisah dan berlaku transfaran (menjelaskan barang dan harga apa adanya) maka diberikan keberkahan dalam jual beli keduanya. Apabila keduanya saling menyembunikan cacat dan berdusya maka itu menghanguskan keberkahan jual belinya”* (HR Al-Bukhari, Muslim, At-Tarmidzi, Abu Daud, dan Al-Baihaqi).<sup>41</sup>

d. Transaksi Promosi Palsu (*Najasy*)

An-Najasi ialah tambahan harga dalam barang dagangan dari orang yang tidak membelinya agar orang lain terjebak padanya. Seorang yang tidak ingin membeli barang (satu grup dengan penjual) datang dan meninggikan harga barang agar pembeli mengikutinya dan kemudian saling melakukan penawaran setinggi-tingginya yang memberikan efek konsumen lain terperdaya karnanya. Najasy ialah tindakan menawar barang dengan harga yang lebih tinggi oleh pihak yang tidak termasuk membelinya, untuk menimbulkan kesan banyaj pihak yang berminat membelinya, strategi jual beli seperti ini sangat diharamkan karna mengandung kedzoliman. Hal ini diperkuat oleh

<sup>41</sup> Muhammad Nashiruddin Al Albani, *Mukhtasar Shahih Bhukhari III*. (Jakarta, Pustaka Azzam, 2012), hlm 58.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

sabda Rasulullah “*Sesungguhnya Rasulullah salallahu alaihi wa salam melarang an-najasy*” (HR Ibnu Majah).<sup>42</sup>

Jual beli najasy secara umum ialah taktik yang dilakukan pedagang untuk melariskan dagangannya melalui promosi yang berlebihan dan menipu agar orang membeli barangnya dengan harga yang lebih tinggi dari sebelumnya. Singkatnya hal ini disebut dengan rekayasa permintaan “*flase demand*”

Jual beli najasy memiliki dua defenisi berdasarkan modelnya:

- 1) Memuji dagangannya secara berlebihan
  - 2) Bersekongkol dengan orang lain dan berpura-pura menawarkan barang dengan harga tinggi agar orang lain merasa tidak kemahalan dan terpengaruh untuk membelinya.<sup>43</sup>
- e. Ingkar janji

Konsep al-wa’du dainun (janji adalah hutang) menjadi penting karna sebuah hutang harus dilunasi. Sedangkan orang yang mengingkari janji dalam sebuah hadis termasuk kedalam golongan orang yang munafik, terdapat beberapa ciri-ciri orang yang munafik antara lain pendusta, ingkat janji, dan penghianat. Suatu perintah melaksanakan amanah dan menunaikan janji ialah bukti bahwa manusia menjaga hak-hak, baik kepada tuhanNya atau sesama manusia. Sedangkan apa yang mampu dilakukan sebagaimana perintahnya khususnya dalam hal janji ialah bukti iman, sedangkan lawannya yaitu menghianati amanah yang merupakan bukti kemunafikan. Rasulullah SAW bersabda dalam hadis qudsi “*Ada 3 golongan dihari kiamat nanti yang akan menjadi musuhku. Barang siapa yang menjadi musuhku maka aku akan memusuhinya. Pertama,*

<sup>42</sup> Abdullah Shonhaji and Sunan Ibnu Majah, *Terjemah Sunan Ibnu Majah Jilid III*. (Semarang: Cv Asy Syifa, 1993), hlm 31.

<sup>43</sup> Abdullah Shonhaji and Sunan Ibnu Majah. *Terjemah Sunan Ibnu Majah Jilid III*. (Semarang: Cv Asy Syifa, 1993), hlm 294-296.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntha Jambi

*orang yang berjanji setia kepadaku, namun menghianatinya. Kedua, orang yang menjual barang kemudain menjual hasil penjualannya. Dan terakhir, orang yang memperkerjakan seorang buruh, namun setelah pekerjaan tersebut selesai, orang tersebut tidak memberikan upahnya” (HR Ibn Majah).<sup>44</sup>*

f. Banyak bersumpah

Orang yang dengan mudah dan sering bersumpah dengan nama Allah ialah orang yang kurang pengagungan terhadap Allah. Padahal mengagungkan nama Allah merupakan sempurnanya Tauhid, jika terlalu sering bersumpah maka orang akan menganggap remeh sumpahnya tersebut. Sumpah dengan nama Allah di anggap remeh. Allah mencela orang-orang yang terlalu banyak dan mudah bersumpah, sebagaimana firman Allah dalam QS Al-Qalam Ayar 10:

وَلَا تُطِعْ كُلَّ حَلَّافٍ مَّهِينٍ

Artinya “Dan janganlah engkau patuhi setiap orang yang suka bersumpah dan suka menghina” (QS. Al-Qalam Ayat 10).

Dalam berbisnis terdapat ketentuan khusus, Rasulullah menganjurkan agar kita tidak mengobrol sumpah pada saat berbisnis, karna akan mengurangi keberkahannya. Telah diriwayatkan Abu Qatadah ra bahwa beliau mendengar Rasulullah SAW bersabda “*Jauhilah banyak bersumpah dalam jual beli, karena sesungguhnya sumpah bisa melariskan dagangan namun menghilangkan keberkahan*” (HR Bukhari).<sup>45</sup>

g. Monopoli meraup keuntungan diatas normal (*Ikhtikar*)

Praktik ikhtikar ialah praktik perекayasaan pasar dalam hal supply. Praktik ini terjadi apabila produsen atau penjual mengambil

<sup>44</sup> Abdullah Shonhaji and Sunan Ibnu Majah. , *Terjemah Sunan Ibnu Majah Jilid III*. (Semarang, CV Asy Syifa, 1993), hlm 31.

<sup>45</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, Mukhtasar Shahih Bukhari III, (Jakarta. Pustaka Azzam, 2012), hlm 39.

keuntungan diatas normal dengan cara mengurangi supply produk yang beredar di pasar dengan harapan jika terjadi kelangkaan produk dan permintaan semakin meningkat maka harga pun akan meningkat dan menjadi kesempatan untuk meraup keuntungan yang berlipat ganda. Praktik ini dalam fiqih disebut dengan ikhtikar. Kegiatan ikhtikar ini dilakukan dengan cara melakukan penghambatan bagi supplier lain yang masuk sehingga dalam suatu daerah atau pasar akan ada pemain tunggal yang men supply produk tertentu.

### B. Studi Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan acuan oleh peneliti dalam menyusun penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No | Peneliti             | Judul   | Metode     | Hasil   |
|----|----------------------|---|------------|---|
| 1  | Fauziah Tasya (2016) | Implementasi Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh pada PT Al-Amin Universal Jakarta. | Kualitatif | Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dalam promosinya PT AL-Amin melakukan strategi promosi melalui periklanan dengan menggunakan media surat kabar, televisi brosur, internet, spanduk, baliho, kalender. Dan melakukan promosi penjualan dengan mengikuti pameran dan |



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suttha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suttha Jambi



|   |                         |  |            |   |
|---|-------------------------|--|------------|---|
|   |                         |  |            | berhubungan langsung dengan masyarakat dengan mengadakan pengajian, acara, dan memberikan sponsor. Serta melakukan penjualan pribadi dengan mengirim pesan melalui email, sms, telemarketing, dan pengeksposan langsung.  |
| 2 | Eka Putri Andini (2018) | Evektifitas Penerapan Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Produk Amanah (Study Kasus Pegadaian Syariah Cabang Sidoarjo | Kualitatif | . Hasil dari penelitian ini yaitu pegadaian syariah belum memperhatikan pengeluaran biaya dengan pendapatan yang dihasilkan, produk yang relatif baru. Dari pengajuan pembiayaan produk amanah yang sulit, lamanya proses pengurusan berkas, dan kurangnya kerja sama dengan dieler atau leasing. Kemudian membahas bagaimana promosi mix disana dilakukan. |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

|   |                                    |   |            |  |
|---|------------------------------------|---|------------|--|
| 3 | Yulianti<br>(2011)                 | Strategi Pemasaran<br>Produk Pembiayaan<br>Dalam Mencapai<br>Pencapaian Target<br>Di PT. Bank<br>Syariah Mandiri<br>Cabang Salatiga | Kualitatif | Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Salatiga melakukan strategi promosi dengan menggunakan marketing mix yang meliputi place, price, product, dan promotion.  |
| 4 | Selly Ayu<br>Merdekawati<br>(2015) | Strategi Pemasaran<br>Produk Pembiayaan<br>IB BDW Modal<br>Kerja Di BPR<br>Syariah Bangun<br>Drajat Warga<br>(BDW) Yogyakarta.      | Kualitatif | Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa proses manajemen pemasaran diterapkan dalam perusahaan ini meliputi, analisis memilih pasar sasaran yang terdiri dari segmentasi pasar, penetapan pasar sasaran dan penetapan posisi pasar, dan menggunakan perencanaan bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process. |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



|   |                            |  |            |   |
|---|----------------------------|--|------------|---|
| 5 | Tika<br>Sukriyah<br>(2015) | Strategi promosi<br>PT. Lintas<br>Iskandaria Tour<br>dalam<br>meningkatkan<br>jumlah jamaah<br>Umrah | Kualitatif | hasil dari penelitian ini yaitu bahwa Strategi promosi produk jasa umrah Iskandaria adalah dengan menggunakan seluruh strategi promosi yaitu periklanan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan publisitas, serta promosi penjualan. Ditambah dua elemen yaitu penjualan langsung dan media interaktif/internet. Namun Iskandaria lebih menekankan kegiatan promosi melalui pameran dan promosi dari mulut ke mulut. |
|---|----------------------------|--|------------|---|

Dari tabel 1.2 dapat dilihat kelima penelitian terdahulu berbeda dengan penelitian ini, adapun perbedaannya dari segi teori, penelitian terdahulu menggunakan teori konvensional atau umum, sedangkan teori yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah teori secara syariah yang artinya hukum dalam teori nya berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis, kemudian dari segi rumusan masalahnya juga berbeda, tidak hanya itu dari segi lokasi penelitian juga berbeda, dalam penelitian ini berlokasi di Kuala Tungkal Kecamatan Tungkal Ilir, kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian ialah berupa orang, individu, dan kelompok yang dimanfaatkan atau dijadikan sasaran dalam penelitian. Adapun objek dalam penelitian ini ialah BM, karyawan dan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal, serta Kabag Kesra Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.<sup>46</sup> Artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.<sup>47</sup>

Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, pemikiran individu dan kelompok.<sup>48</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran seperti apa yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.

<sup>46</sup> Juliana Batubara, *Paradigma Penelitian Kualitatif Dan Filsafat Ilmu Pengetahuan Dalam Konseling, Fokus Konseling*. Fokus Konseling 3, No. 2 (2017), hlm 95-107.

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. (Bandung, Alfabeta, 2019), hlm 9.

<sup>48</sup> Cholid Narbuko And Abu Achmadi, *Metode Penelitian*. (Jakarta, Sinar Grafika Offest 2018), hlm 83.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Adapun alasan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dikarenakan:

- a. Peneliti berinteraksi secara pribadi dengan informan sehingga peneliti dapat melihat individu secara utuh, dan hasil yang diperoleh akan lebih akurat.
- b. Penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara, melalui metode ini individu yang diteliti dapat diberi kesempatan agar secara sukarela mengajukan gagasan dan presepsinya.
- c. Penelitian ini bersifat naturalistik, yang artinya data yang diperoleh sesuai dengan faktanya.

### C. Jenis dan Sumber Data

#### 1. Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan pendekatan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu penelitian yang bersifat mendalam, mengikuti proses, dilakukan oleh peneliti sendiri, dan tidak boleh diwakilkan dalam mengumpulkan data.

#### 2. Sumber Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian, maka diperlukan dua jenis data, yaitu:

##### a. Data Primer

Data primer adalah data pokok yang diperlukan dalam penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumbernya ataupun dari lokasi objek penelitian, atau keseluruhan data hasil penelitian yang diperoleh di lapangan.<sup>49</sup> Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dengan beberapa nasabah. Peneliti mengumpulkan data primer melalui wawancara agar memperoleh informasi secara langsung dan

<sup>49</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*. (Jambi, Syariah Press, 2012), hlm 45.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

jelas secara detail mengenai Strategi Pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer yaitu data yang dikumpulkan dari Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal yang didapat melalui wawancara, dan yang menjadi data primer nya ialah BM, karyawan dan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal, serta kabag kesra Tanjung Jabung Barat.

#### b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tidak langsung yang mampu memberikan tambahan serta penguatan terhadap data penelitian. Sumber data dalam penelitian kualitatif ini selain berupa kata-kata, bahasa dan tindakan dari informan juga dapat diperoleh melalui studi kepustakaan dengan media buku dan media internet untuk mendukung analisis dan pembahasan. Selain itu juga akan mengambil data dari arsip-arsip dan foto-foto pada saat penelitian berlangsung. Agar penelitian ini dapat dipertanggung jawabkan, maka sumber data menjadi sangat penting sehingga akan didapatkan hasil penelitian yang benar-benar mendetail.

### D. Instrumen Pengumpulan Data

Untuk menentukan data yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu adanya tehnik pengumpulan data agar bukti bisa digunakan dalam penelitian ini. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Observasi yang peneliti gunakan



dalam penelitian ini ialah observasi tidak terstruktur. Burhan bungin mengatakan bahwa observasi tidak terstruktur ialah dimana dalam proses melakukan penelitiannya, peneliti tidak menggunakan guide observasi ataupun instrument yang sudah baku, peneliti mengembangkan daya pengamatan dalam mengamati suatu objek.<sup>50</sup>

Observasi yang diterapkan dalam penelitian ini juga merupakan observasi terus terang dan tersamar, secara teknisnya, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa aktivitas ini bertujuan untuk suatu penelitian, namun mengetahui sejak awal hingga akhir mengenai aktivitas peneliti, namun pada saat tertentu peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi hal ini dilakukan untuk menghindari jika suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu dan merupakan proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik. Menurut Imam Gunawan, wawancara pada penelitian kualitatif merupakan pembicaraan yang mempunyai tujuan dan didahului beberapa pertanyaan informal.<sup>51</sup> Sebagaimana dikutip sugiyono dalam Memahami Penelitian Kualitatif membagi wawancara menjadi tiga jenis, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tak terstruktur.<sup>52</sup>

<sup>50</sup> Bungin Burhan, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya)*, (Jakarta, Kencana, 2011), hlm 118.

<sup>51</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. (Jakarta, Bumi aksara, 2013), hlm 160.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Bandung, CV. Alfabeta, 2009). Hlm 73.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

Wawancara terstruktur adalah seluruh wawancara yang didasarkan pada suatu sistem atau daftar pertanyaan yang ditetapkan sebelumnya. Wawancara terstruktur ini mengacu pada situasi ketika seorang peneliti melontarkan sederet pertanyaan kepada responden berdasarkan kategori-kategori jawaban tertentu atau terbatas.

Wawancara semi terstruktur adalah proses wawancara yang menggunakan panduan wawancara yang berasal dari pengembangan topik dan mengajukan pertanyaan, penggunaanya lebih fleksibel dari pada wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

Wawancara tak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, pedoman yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara semi terstruktur (semistucture interview) yang mana pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur.<sup>53</sup>

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa dimasa silam yang sudah terjadi, adapun dokumentasi itu berupa tulisan, gambar, karya dari seseorang, catatan harian, sejarah kehidupan, dan cerita. Selain itu dokumentasi juga ada yang berbentuk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif Dan R&D*. hlm 96.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

gambar atau foto. Dokumentasi juga merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara<sup>54</sup>.

Metode dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi pendukung, dan dokumen pendukung lain terkait dengan Strategi Pemasaran pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.

## E. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian menjelaskan tentang alat-alat analisis dan perspektif yang dipakai dalam menguraikan dan menafsirkan data.

### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan semua data yang diperoleh dari lapangan yang kemudian akan dilakukan pemeriksaan melalui proses pemilihan, penyederhanaan, dan mentransformasikan data yang belum diolah dari catatan di lapangan terkait dari kelengkapan, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.<sup>55</sup> Adapun tujuan dari teknik ini untuk memudahkan peneliti mendapatkan data yang lebih spesifik dan dapat mengumpulkan data tambahan apabila data tersebut kurang lengkap.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan data dari reduksi yang menghasilkan sekumpulan informasi yang sudah disusun sehingga data tersebut lebih mudah untuk dimengerti. Dalam hal ini peneliti menyusun data yang relevan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah yang

<sup>54</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kualitatif*. (Jakarta, Rajawali Pers, 2013), hlm 152.

<sup>55</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2012), hlm 157.

sistematis, sehingga informasi yang didapatkan akan menjawab masalah dalam penelitian.

### 3. Menarik Kesimpulan

Menarik kesimpulan merupakan kegiatan menganalisis data yang sudah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran dan juga fakta yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah. Menarik kesimpulan merupakan metode akhir dalam pengelolaan data dan juga analisis data.<sup>56</sup>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

<sup>56</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kualitatif*. (Jakarta, Rajawali Pers, 2013), hlm 154.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal Secara Umum dan Syariah.

Berdasarkan penelitian dilapangan yang telah dilakukan oleh penulis melalui wawancara kepada bapak MAS selaku (MFS) pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal dan didukung oleh data observasi serta dokumentasi peneliti, bahwa BSM KCP Kuala Tungkal menggunakan Marketing Mix secara umum dan syariah dalam kegiatan pemasarannya.<sup>57</sup> Dan berdasarkan penelitian dilapangan yang telah penulis lakukan melalui wawancara dan dilengkapi dengan data oleh bapak H selaku Kabag Kesra Kuala Tungkal bahwa BSM juga melakukan kegiatan CSR pada tahun 2016 dan 2018. Adapun penjelasannya akan peneliti uraikan sebagai berikut:

##### a. Marketing Mix

##### 1) Produk (*Product*)

Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal menerapkan strategi pemasaran terhadap produk dalam perusahaan, produk mengambil peran yang sangat besar dalam perusahaan, seperti salah satu produk yang ditawarkan oleh BSM KCP Kuala Tungkal yaitu produk tabungan yang merupakan produk utama pada BSM KCP Kuala Tungkal. Pada tabungan ini menggunakan akad mudharabah mutlaqah yang artinya dalam tabungan ini terdapat bagi hasil, yang bisa memberikan rasa aman serta terjamin, dengan setoran yang minim sehingga membuat masyarakat atau nasabah

<sup>57</sup> Wawancara MAS (MFE) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

merasa mudah. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pak EP selaku (BM) pada BSM KCP Kuala Tungkal, beliau mengatakan:

“Masyarakat Kuala Tungkal lebih banyak tertarik dengan produk mudharabah, setelah saya tela’ah lebih dalam lagi hal ini terjadi karna pada tabungan mudharabah terdapat bagi hasil, hal ini membuat masyarakat lebih tergiur dengan tabungan mudharabah karna mereka merasa ada keuntungan yang mereka dapatkan”.<sup>58</sup>

Selain produk mudharabah ada juga produk tabungan wadiah simpatik, yang merupakan produk tabungan yang tersedia pada BSM KCP Kuala Tungkal, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pak EP selaku (BM) pada BSM KCP Kuala Tungkal, beliau mengatakan:

“Selain produk mudharabah, kami juga menawarkan produk wadiah kepada masyarakat dengan perekonomian kelas menengah, kepada mahasiswa, dan siswa yang ingin menyimpan uang di bank dengan biaya yang minim dan bisa ditarik kapanpun diinginkan”.<sup>59</sup>

Dari kedua hasil wawancara peneliti dengan pak EP dapat dipahami bahwa dalam pemasarannya bank syariah menawarkan beberapa produk kepada nasabah dengan tujuan agar nasabah bisa menyimpan uang dengan rasa aman dan terjamin, seperti salah satu produk yang ditawarkan ialah produk tabungan dengan akad wadiah yang berfokus pada masyarakat dengan perekonomian kelas menengah hal ini dilakukan agar terciptanya kesejahteraan masyarakat, namun kenyataannya masyarakat Kuala Tungkal lebih tertarik dengan produk tabungan akad mudharabah, hal ini terjadi

<sup>58</sup> Wawancara EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.

<sup>59</sup> Wawancara EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

karna menurut persepsi masyarakat Kuala Tungkal bahwa pada produk ini ada keuntungan yang didapat masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari pemaparan nasabah BSM KCP Kuala Tungkal, sebagai berikut:

“Saya menggunakan tabungan mudharabah pada BSM, hal ini saya putuskan karna saya memiliki usaha ternak udang ketak, dalam setiap bulannya ada nominal yang saya dapat walaupun tidak menentu”.<sup>60</sup>

Kemudian bu (W) juga memaparkan hal serupa sebagai berikut:

“Pada awalnya saya diberi penjelasan oleh Customer Service nya mengenai produk tabungan mudhrabah dan wadiah, setelah penjelasan saya terima saya lebih tertarik menggunakan akad bagi hasil karna saya membuka rekening ini untuk berbisnis, menurut pribadi saya dan suami lebih baik memilih tabungan bagi hasil ini karna nantinya akan mendapat hasil”.<sup>61</sup>

Berdasarkan pemaparan hasil wawancara peneliti dengan nasabah yang menggunakan tabungan dengan akad mudharabah dapat disimpulkan bahwa nasabah dengan ekonomi kelas menengah keatas lebih tertarik menggunakan tabungan dengan akad mudharabah, walaupun demikian Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tetap memasarkan produk tabungan wadiah kepada masyarakat Kuala Tungkal dengan tujuan agar masyarakat mendapat kemaslahatan dalam hidupnya dengan sistem yang ada pada akad wadiah.

## 2) Harga (*Price*)

BSM KCP Kuala Tungkal memiliki harga produk yang berbeda-beda, salah satunya produk tabungan BSM yang

<sup>60</sup> Wawancara pak (H) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal.

<sup>61</sup> Wawancara Ibu (W) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal, 9 Desember 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

mana dalam pembukaan rekening tabungan ini, bank menetapkan harga yang terjangkau bagi kalangan yang ingin membuka tabungan dengan bagi hasil. Nasabah hanya perlu menyediakan biaya awal Rp 100.000, dengan saldo minimum pada tabungan Rp 50.000. Sedangkan harga pada produk tabungan wadiah simpatik pada BSM KCP Kuala Tungkal, bank menetapkan harga yang sangat terjangkau bagi kalangan kelas menengah. Nasabah hanya perlu menyediakan biaya awal Rp 50.000, dengan saldo minimum Rp 20.000. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pak MAS selaku (MFS) pada BSM KCP Kuala Tungkal, beliau mengatakan:

“Segmentasi pasar dalam akad wadiah ini ialah masyarakat ekonomi kelas bawah seperti pedagang kaki lima yang tidak memiliki penghasilan yang besar, kemudain pelajar atau mahasiswa, namun hal ini tidak menutup kemungkinan akad wadiah menasar kepada masyarakat kelas menengah ke atas, tapi hal ini jarang terjadi, karna pada akad ini bank hanya menawarkan bebas biaya admin namun tidak ada hasil yang didapatkan”.<sup>62</sup>

Lebih lanjut lagi pak MAS juga memaparkan:

“Tujuan dari minimnya harga yang ditetapkan bank kepada nasabah dalam akad wadiah ini ialah agar masyarakat dengan perekonomian kelas bawah bisa dengan tenang menyimpan uang di bank, dengan tanpa adanya potongan perbulan, dan biaya pembukaan rekening serta minim saldo yang kecil pada rekening diharapkan bisa menimbulkan kesejahteraan bagi masyarakat”.<sup>63</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwa tujuan dari biaya yang kecil pada akad wadiah ialah agar masyarakat merasa sejahtera dengan biaya yang minim yang

<sup>62</sup> Wawancara bapak MAS (MFE) BSM KCP Kuala Tungkal 24 maret.

<sup>63</sup> Wawancara bapak MAS (MFE) BSM KCP Kuala Tungkal 24 maret.

ditetapkan oleh bank, seperti tujuan dari pemasaran secara syariah ialah untuk mengelola dan memanfaatkan kepercayaan yang sudah Allah berikan sehingga bisa mendatangkan kemaslahatan serta kesejahteraan bagi manusia.

### 3) Tempat (*Place*)

Tempat di bidang perbankan mengungkapkan bahwa kemudahan akan akses ke bank yang memungkinkan nasabah lebih efisien dalam melakukan transaksi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih bank. Berdasarkan hasil observasi yang sudah peneliti lakukan, bahwa lokasi Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal sudah strategis, hal ini dapat dinilai berdasarkan keterangan berikut

BSM KCP Kuala Tungkal merupakan Bank Syariah pertama yang berlokasi di Kuala Tungkal Kecamatan Tungkal Ilir Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

- a) Lokasi BSM KCP Kuala Tungkal dinilai sangat strategis, hal ini terbukti dari lokasi BSM KCP Kuala Tungkal di Jl. Jendral Sudirman yang merupakan salah satu jalan utama masyarakat untuk menuju ke pusat kota serta pusat perbelanjaan di Kuala Tungkal, setiap masyarakat yang ingin menuju ke pusat kota akan melintasi BSM KCP Kuala Tungkal. Secara tidak langsung Bank melakukan promosi dari segi Lokasi.
- b) BSM KCP Kuala Tungkal merupakan salah satu Bank yang terletak dekat dengan perkantoran khususnya kantor



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

- bupati, lembaga pendidikan, dan rumah dinas bupati Kuala Tungkal.
- c) Lokasi BSM KCP Kuala Tungkal juga terletak dekat dengan kawasan mahasiswa, pelajar, yang mana mahasiswa dan pelajar merupakan sasaran utama bank dalam memasarkan produk tabungan wadi'ah.
  - d) Kemudian akses untuk menuju ke lokasi dinilai sangat mudah karna BSM KCP Kuala Tungkal terletak ditepi jalan besar.

Hasil wawancara peneliti dengan ibu (I) yang merupakan salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal yang tinggal jauh dari lokasi Bank, beliau memaparkan:

“Saya merasa kesulitan pada saat ingin melakukan transaksi di ATM, hal ini terjadi karna lokasi BSI sangat jauh dari lokasi tempat tinggal saya yaitu di Betara yang kebetuan mesin ATM BSM hanya tersedia disamping kantor BSM di Kuala Tungkal, banyak kendala yang saya hadapi, jika turun hujan saya sama sekali tidak bisa melewati jalan utama untuk menuju kelokasi ATM”.<sup>64</sup>

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa walaupun lokasi BSM dinilai sudah strategis namun kenyataannya karna minimnya jumlah kantor dan mesin ATM yang tersedia membuat masih banyak nasabah yang tinggal diluar Kuala Tungkal mengalami kesulitan untuk menggunakan jasa pada BSM. Berbeda dengan bank-bank lainnya yang tersedia di Kuala Tungkal seperti bank BRI, BNI, sudah banyak mesin ATM yang disediakan diluar

<sup>64</sup> Wawancara dengan ibu (I) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal, Desember 2021.

Kuala Tungkal, tidak hanya itu kenyatannya sudah banyak masyarakat yang menyediakan layanan BRI link, BNI link, untuk nasabahnya yang secara tidak langsung memberikan kemudahan bagi para nasabah dalam bertransaksi. Hal ini menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan produk dan jasa pada BSM KCP Kuala Tungkal.

#### 4) Promosi (*Promotion*)

Berdasarkan wawancara serta observasi yang sudah peneliti lakukan, BSM KCP Kuala Tungkal melakukan kegiatan berikut dalam promosinya.

##### a) Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi dibagi menjadi dua bagian yaitu sosialisasi secara langsung dan tidak langsung. Pak EP selaku (BM) pada Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal menyatakan dalam wawancara.

“Dalam kegiatan promosi kami melakukan banyak sekali kegiatan, mulai dari promosi dengan bersosialisasi, dan promosi melalui media. Dalam kegiatan promosi biasanya kami melakukan perkumpulan dalam seminggu sekali bahkan seminggu dua kali, perkumpulan ini kami langungkan di warkop mael di parit 1, dalam perkumpulan ini tujuan utama nya ialah untuk melakukan promosi dengan cara berdiskusi, sharing, dan berbincang, tapi tetap berpegang dengan kalimat-kalimat sederhana agar masyarakat yang ikut join dan tidak join namun secara tidak langsung mendengar perbincangan kami”.<sup>65</sup>

Lebih lanjut lagi beliau mengatakan.

“Selang-seling berbincang kami pun terkadang melakukan kegiatan yang kami istilah kan dengan nama “GESER BRO” yang artinya gerakan sebar

<sup>65</sup> Wawancara pak EP (BM), BSM KCP Kuala Tungkal.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

brosur, jadi selang seling berdiskusi kami juga membagikan brosur kepada masyarakat, kami juga ikut bergabung dengan kegiatan goess bareng dengan masyarakat yang biasanya kami lakukan sebulan 3 kali. Sembari goess kami juga melakukan kegiatan “GESER BRO” atau kegiatan gerakan sebar brosur”.<sup>66</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti simpulkan bahwa dalam bersosialisasi dengan masyarakat Kuala Tungkal, pihak bank melakukan kegiatan perkumpulan dengan konsep berdiskusi, dengan tujuan agar masyarakat yang ikut berkumpul ataupun tidak ikut berkumpul bisa memahami dengan mudah mengenai perbincangan yang dilakukan pihak bank dan masyarakat. Tidak hanya bersosialisasi, Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal juga melakukan kegiatan yang mereka istilahkan dengan kalimat “GESER BRO” lebih jelasnya kegiatan ini merupakan kegiatan sebar brosur, yang mereka lakukan pada saat diskusi dilakukan, tidak hanya itu, pihak bank juga melakukan gerakan ini pada saat melakukan goess bareng dengan masyarakat Kuala Tungkal hal ini dilakukukan untuk memberikan kemudahan pemahaman kepada masyarakat mengenai bank syariah yang pasalnya masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Hal ini terbukti dari hasil wawancara peneliti dengan bu (S) selaku nasabah non muslim pada BSI KCP Kuala Tungkal, beliau mengatakan:

<sup>66</sup> Wawancara pak EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

“Secara pribadi saya beranggapan bahwa pelayanan Bank Syariah itu sama saja dengan pelayanan pada Bank Konvensional”.<sup>67</sup>

Lebih lanjut lagi bu (S) mengatakan:

“Pelayanan yang ramah, ucapan selamat pagi, selamat siang, dan terimakasih, di bank lain juga melakukan hal demikian”.<sup>68</sup>

Kemudian pada sosialisasi tidak langsung yang dilakukan oleh bank ialah melalui media, namun media yang digunakan hanyalah media sosial bukan koran, majalah ataupun Tv.

Berdasarkan observasi yang sudah peneliti lakukan bahwa BSM memiliki akun media sosial instagram dan facebook dengan nama akun instagram. Dalam kedua akun ini BSM jarang memposting produk dan jasa perbankan, sehingga kedua sarana promosi ini belum efektif dalam melakukan promosi bank. Dalam akun facebook terdapat grup khusus untuk nasabah BSM yang dibuat dengan tujuan agar nasabah bisa menyampaikan keluhan atau permasalahan yang terjadi. Namun kenyataannya melalui observasi yang sudah peneliti lakukan bahwa dalam grup ini jarang sekali aktif. Tidak hanya melalui media sosial, pihak Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal juga membuat media yang namanya QRIS, berdasarkan pernyataan pak EP selaku (BM) pada BSM KCP Kuala Tungkal dalam wawancara yang sudah peneliti lakukan, beliau mengatakan:

<sup>67</sup> Wawancara dengan bu (S) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal.

<sup>68</sup> Wawancara dengan bu (S) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal..



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

“Kami juga menyediakan layanan QRIS bentuknya berupa kertas yang ditempel dan juga aplikasi, QRIS biasanya kami tempel di toko nasabah dan masjid, dengan tujuan masyarakat atau jama’ah yang ingin bersedekah namun tidak bawa uang cash akan tetapi membawa handphone tetap bisa melakukan amal, dengan cara buka aplikasi QRIS kemudian scan kode lalu masukkan nominal”.<sup>69</sup>

Lebih lanjut lagi pak EP juga mengatakan:

“Dana yang didapat dari QRIS nantinya akan kami salurkan kepada pihak yang berhak menerimanya, mulai dari membelanjakan dana tersebut ke sembako berupa gula, teh, minyak, beras, dan susu, yang nantinya sembako ini akan dibagikan kepada yayasan pantiasuhan yatim piatu, tidak hanya itu, jika masih ada sisanya dana nya akan kami salurkan kepada pembelian daging qurban yang akan dibagikan ke masyarakat yang membutuhkan”.<sup>70</sup>

Berdasarkan penjelasan pak EP dapat peneliti simpulkan bahwa selain melakukan kegiatan sosialisasi, goess bareng, kegiatan geser bro, dan sosialisasi tidak langsung melalui media bahwa bank juga menyediakan layanan QRIS. Dalam media cetak QRIS ini ditempel ditempat-tempat yang sering di kunjungi oleh masyarakat Kuala Tungkal mulai dari toko usaha nasabah dan masjid, khususnya masjid baiturrahim, masjid Agung, dan masjid Syekh Usman. Melalui QRIS pihak bank sangat berharap bahwa QRIS mampu memberikan kemudahan bagi para masyarakat yang ingin melakukan sedekah dan amal jariyah. Yang dalam aplikasi QRIS ini hasil dari dana yang diberikan oleh masyarakat akan disalurkan untuk

<sup>69</sup> Wawancara pak EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.

<sup>70</sup> Wawancara pak EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.

kemaslahatan umat islam, mulai dari memberikan sembako, memberikan daging qurban, dan lain sebagainya.

Namun berdasarkan observasi yang sudah peneliti lakukan bahwa penempatan posisi QRIS yang ditempel di masjid kurang tepat hal ini terbukti sedikitnya jama'ah masjid yang membawa handphone pada saat sholat.

#### b) Personal Selling

Dari hasil observasi yang sudah peneliti lakukan bahwa dalam personal selling yang dilakukan oleh BSM KCP Kuala Tungkal ialah dengan mengoptimalkan penjelasan secara detail kepada calon nasabah pada saat nasabah ingin melakukan pembukaan rekening atau bahkan transaksi lainnya, terbukti dari observasi peneliti bahwa Customer Service menjelaskan secara detail dan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh calon nasabah mengenai produk dan jasa yang tersedia pada bank syariah.<sup>71</sup> Namun kenyataannya Customer Service tidak selalu melakukan personal selling dengan maksimal, hal ini terbukti dari hasil wawancara peneliti dengan ibu (A) selaku nasabah, beliau mengatakan

“Saya masih belum paham mengenai wadiah dan mudharabah, karna diwaktu saya membuka rekening pada BSM saya tidak mendapatkan penjelasan yang jelas, saya hanya ditanya ingin membuka rekening untuk berbisnis atau untuk keperluan sehari-hari, dan saya jawab untuk keperluan sehari-hari tanpa saya tau bahwa ternyata

<sup>71</sup> Sumber Data: Observasi peneliti, 21 desember 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suntho Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suntho Jambi

pada mudharabah akan ada hasil yang didapatkan”.<sup>72</sup>

Hal serupa juga dikatakan oleh pak (JN) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal

“Saya menggunakan bank Jambi untuk pengambilan gaji tetapi karena perintah dari kemenag untuk verifikasi pada Bank Syariah. jadi saya membuat rekening di Bank Syariah tetapi hanya untuk verifikasi saja, pada saat itu saya konfirmasi bahwa hanya untuk verifikasi saja, jadi pihak Customer Service langsung menyarankan menggunakan tabungan wadiah, tanpa penjelasan dan langsung diproses, namun saya mendapat penjelasan dari teman kantor saya bahwa dalam tabungan Mudharabah akan ada hasil yang didapat”.<sup>73</sup>

Lebih lanjut lagi pak (JN) juga mengatakan:

“Jika saat itu saya menerima penjelasan secara detail pasti saya akan langsung daftar menjadi nasabah mudharabah yang buka rekening bukan untuk verifikasi saja namun juga untuk bertransaksi dan menabung.”<sup>74</sup>

Dari penjelasan diatas bahwa kenyataannya masih ada nasabah yang tidak menerima penjelasan secara detail sehingga membuat nasabah merasa menyesal. Dengan begitu, sangat diharapkan pihak bank lebih mengoptimalkan personal selling nya agar kedepannya semua nasabah baru memahami dan tau informasi bank, hal ini perlu dilakukan agar terciptanya kepuasan nasabah sehingga nasabah akan menjadi loyal dan terus menerus menggunakan Bank Syariah.

<sup>72</sup> Wawancara dengan bu (A) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal, 21 Desember 2021.

<sup>73</sup> Wawancara dengan pak (JN) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal, 21 Desember 2021.

<sup>74</sup> Wawancara dengan pak (JN) selaku nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal, 21 Desember 2021.



c) Spanduk

Berdasarkan hasil pernyataan wawancara peneliti dengan pak EP selaku (BM) pada BSM KCP Kuala Tungkal, beliau mengatakan:

“Dalam pemasaran kami juga menggunakan spanduk, tidak hanya itu kami juga melakukan kegiatan Co-Branding dengan nasabah yang memiliki usaha, pada kegiatan ini kami memasang spanduk bank beserta nama toko dan brand yang dijual oleh nasabah”.<sup>75</sup>

Dari pemaparan informasi dari pak EP diatas dapat disimpulkan bahwa BSM KCP Kuala Tungkal dalam promosi nya juga menggunakan spanduk, dan melakukan kegiatan Co-Branding dengan nasabah yang memiliki usaha, hal ini dilakukan dengan cara pihak bank memasang spanduk namun dalam spanduk tersebut disertakan dengan nama dan brand yang dijual oleh nasabah. Kenyataannya tidak semua nasabah BSM KCP Kuala Tungkal berkediaman di Kuala Tungkal dan ada juga nasabah yang berasal diluar tungkal hal ini memberi kemudahan bank untuk menggaet nasabah melalui brand parthner atau melalui Co-Branding.

Lebih lanjut lagi pak EP juga mengatakan:

“Kami juga memasang spanduk pada kegiatan tertentu misalnya pada saat acara peringatan berdirinya Bank Syariah, dan ulang tahun Kuala Tungkal Tanjung Jabung Barat”

Walaupun demikian seharusnya pihak bank lebih menyebarluaskan pemasangan spanduk di lokasi-lokasi

<sup>75</sup> Wawancara pak EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal 24 maret 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

strategis tidak hanya pada saat kegiatan tertentu saja seperti pada kegiatan perayaan ulang tahun Tanjung Jabung Barat, dan peringatan berdirinya BSM. Pemasangan spanduk pada kegiatan tertentu ini hanya berlangsung pada beberapa waktu saja, tidak berlangsung pada waktu yang lama, seharusnya pihak bank mampu memasang spanduk pada tempat yang strategis dengan jangka waktu yang lama sehingga masyarakat yang lewat dan melihat akan selalu mengingat dan kemudian penasaran akan produk dan jasa bank syariah dan membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan bank syariah.

#### d) CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate sosial responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen perusahaan kepada lingkungan dengan tujuan memberikan nilai tambah kepada pemangku kepentingan termasuk internal perusahaan yang berguna untuk mendukung perumbuhan perusahaan.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan melalui wawancara dengan pak HK S.Sos.i selaku Kabag Kesra, beliau mengatakan:

“Bank Syariah memang pernah berpartisipasi dalam kegiatan CSR Kuala Tungkal, tapi menurut data terdaftar bahwa yang berpartisipasi itu ialah Bank Mandiri Syariah yang saya tidak tahu mungkin sekarang ini sudah bermetamorfosis menjadi BSI. Realisasi bank mandiri syariah ini hanya di tahun 2016 dan 2018.”<sup>76</sup>

Lebih lanjut lagi pak HK mengatakan:

<sup>76</sup> Wawancara dengan pak HK S.Sos.i (Kabag Kesra), Kuala Tungkal 24 maret 2022.



“Setelah berpartisipasi ditahun 2016 dan 2018, pihak kami tidak mendapatkan laporan dari pihak bank syariah terkait apakah bank syariah masih ikut berpartisipasi atau tidak, namun untuk kami itu artinya tidak ada. Pada tahun 2016 Bank Syariah Indonesia melakukan santunan anak yatim dan buka bersama dengan dana yang dikeluarkan sebesar Rp 3.500.000, kemudian mengeluarkan dana sebesar Rp 35.000.000 untuk pasar murah, dan yang terakhir mengeluarkan dana sebesar Rp. 50.000.000 untuk pembuatan madrasah. Dan di tahun 2018, bank syariah indonesia mengeluarkan dana sebesar Rp 7.500.000 untuk memakmurkan masjid, dan mengeluarkan dana sebesar Rp 8.000.000 untuk santunan anak yatim”<sup>77</sup>

Dari penjelasan pak HK diatas dapat dipahami bahwa upaya pemasarannya BSM belum melakukan pemasarannya dengan upaya yang lebih keras lagi, seharusnya BSM terus ikut berpartisipasi dan bekerjasama dengan CSR Tanjabbarat. Banyak sekali manfaat yang didapatkan masyarakat dan juga BSM jika BSM terus melanjutkan upaya bekerjasama dengan CSR salah satunya terbentuknya Citra perusahaan yang baik, kemudian bagi masyarakat bisa mengatasi kemiskinan serta kasus kelaparan, dan mengurangi pengangguran serta memberikan tunjangan di bidang kesenian atau pendidikan. CSR merupakan bagian yang berperan sangat penting, kenapa demikian? Karna melalui CSR bisa menunjukkan bahwa sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari lingkungan sekitarnya, sebuah perusahaan juga memiliki ketergantungan terhadap

<sup>77</sup> Wawancara dengan pak HK S.Sos.i (Kabag Kesra), Kuala Tungkal 24 maret 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

lingkungannya, jika lingkungan disekitar perusahaan baik maka akan berdampak baik pula bagi perusahaan.

b. Marketing Mix Syari'ah

1) Teistis (*Rabbaniyah*)

Menurut Hasanah dalam buku karya Al-Arif, bahwa implementasi dari teistis ialah syariah marketer, yang dalam aktifitasnya berlandaskan pada hukum-hukum syariah.

Dalam pemasaran syariah harus memiliki sifat yang religius dalam hal ini bisa dilihat dari seperti apa nilai islami pada suatu perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pak EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, beliau mengatakan

“Setiap pagi sebelum membuka kantor kami rutin melakukan doa pagi bersama, tidak hanya itu karyawan laki-laki ditetapkan untuk sholat berjama'ah di masjid baiturahman yang kebetulan dekat dengan kantor, setiap hari jumat kami juga bertadarus dan membaca yasin, kami juga tidak membedakan jabatan karyawan. Pada saat bulan puasa kami membagikan sembako kepada panti asuhan yatim piatu, serta mengutamakan dakwah disetiap prospek nasabah. Intinya Kunci utamanya terletak pada individu masing-masing yang selalu mengutamakan sholat”.<sup>78</sup>

Berdasarkan informasi diatas dapat dipahami bahwa BSM KCP Kuala Tungkal tidak hanya menjaga nilai keadilan, kebaikan kepada nasabah, namun juga menjaga nilai kebaikan antar karyawan.

2) Etis (*Akhlaqiyyah*)

Menurut hasanah dalam buku karya Kertajaya dan Sula (Syariah Marketing). Akhlaqiyyah merupakan ciri khas

<sup>78</sup> Wawancara pak EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.

marketing syari'ah, seorang marketer senantiasa mengedepankan moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatannya.<sup>79</sup> Aspek ini sangat penting dalam dunisa bisnis, seperti dalam pelayanan, pasalnya pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan nasabah, yang mana suatu bisnis akan banyak diminati nasabah apabila konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada BSM KCP Kuala Tungkal bahwa BSM sangat memperhatikan aspek etika dalam melayani nasabah dengan baik, sopan, sabar dan menjaga sikap. Setiap nasabah yang masuk akan diucapkan salam yang mana dalam kalimat salam ada unsur doa, dan setelah transaksi selesai teller akan mengucapkan terimakasih yang dalam kalimatnya pun terdapat unsur syukur karna nasabah sudah datang.<sup>80</sup>

Dari hasil observasi peneliti pada BSM KCP Kuala Tungkal bahwa dalam menghadapi nasabah yang komplain, baik komplain secara langsung dan melalui grup facebook, pihak bank selalu menangi (handling) terlebih dahulu dengan mengucapkan “mohon maaf atas ketidaknyamanannya” hal ini merupakan kunci utama yang dilakukan karyawan BSM KCP Kuala Tungkal kepada nasabahnya. Kemudian mendengarkan, berempati, menerima, dan juga menawarkan serta mencari solusi untuk menyelesaikan masalah nasabahnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

<sup>79</sup> Muhammad Syakir Sula dan Hermawan Kertajaya, *Marketing Syariah*. (Bandung, Mizan, 2006).

<sup>80</sup> Sumber Data: Observasi Peneliti Pada BSM KCP Kuala Tungkal pada tanggal 2 desember 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

Namun kenyataannya grup facebook yang dimiliki bank syariah jarang aktif sehingga nasabah lambat mendapatkan penanganan dalam permasalahan yang dialami oleh nasabah.<sup>81</sup>

### 3) Realistis (*Al-waqiyyah*)

Salah satu wujud profesional BSM KCP Kuala Tungkal ialah menjalin silaturahmi dengan *stakeholder*. BSM membangun relasi dengan nasabah dengan cara selaku menjaga hubungan yang baik, mengetahui kebutuhan dan permasalahan nasabah, menindak lanjuti dengan cepat dan sigap sehingga membuat nasabah menjadi loyal.

BSM KCP Kuala Tungkal dalam menjalankan aktivitas pemasarannya selalu mengutamakan fleksibilitas, hal ini dilihat dari profesionalitas yang ditunjukkan, salah satunya dengan melakukan komunikasi dan menjaga silaturahmi dengan para *stakeholder*.

### 4) Humanistis (*Insaniyyah*)

Humanistis diterapkan dengan cara memberikan informasi tanpa membedakan status, status sosial rendah atau status sosial tinggi, setiap nasabah yang membutuhkan pelayanan harus dilayani tanpa memandang apakah ia seorang muslim atau bukan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pak EP (BM) pada BSM KCP Kuala Tungkal, beliau mengatakan:

“Kami berusaha mempertahankan dan juga meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mendengarkan dan juga berempati terhadap permasalahan nasabah, tidak hanya itu kami juga

<sup>81</sup> Sumber Data: Observasi Peneliti Pada BSI KCP Kuala Tungkal pada tanggal 2 desember 2021.



membantu kadaan sosial masyarakat. Kegiatannya berupa membantu saudara yang kesusahan.<sup>82</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas bisa dipahami bahwa BSM selalu berupaya mempertahankan nasabah dengan meningkatkan pelayanan dan menjaga konsistensinya. Melakukan kegiatan open table ditempat keramaian dan berkunjung ke instansi yang diharapkan bisa menggaet lebih banyak nasabah. Tidak hanya itu BSM juga aktif memberikan bantuan sosial dan support kepada masyarakat yang kegiatannya itu berupa membantu saudara-saudara yang sedang mendapat bencana, namun sayang sekali kenyataannya bahwa BSM hanya berpatisipasi dengan CSR selama 2 Tahun saja, seharusnya BSM terus melanjutkan kerjasama dengan CSR agar kedepannya BSM bisa memberikan bantuan berupa bantuan kesehatan melalui kegiatan pemeriksaan, pengobatan dan donor darah tidak hanya itu masyarakat juga bisa mendapatkan Faedah pendidikan, sosial dan lingkungan hidup. Dengan begitu sangat diharapkan BSM bisa bergabung kembali dengan CSR agar masyarakat mendapat kesejahteraan.

## 2. Kendala-Kendala Strategi Pemasaran Yang Dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.

Pemasaran merupakan suatu rancangan yang diciptakan untuk mencapai tujuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah dan menimbulkan kepuasan bagi nasabah, hal ini merupakan dampak yang baik bagi perusahaan. Namun, dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan tentu akan mengalami dan menghadapi kendala dalam kegiatan pemasarannya. Hal ini menjadi penghambat perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan pak EP (BM) pada BSM KCP Kuala Tungkal beliau mengatakan,

“Pasalnya BSM merupakan Bank Syariah pertama dan satu-satunya kantor cabang bank syariah yang terletak di Kabupaten

<sup>82</sup> Wawancara pak EP (BM) BSM KCP Kuala Tungkal, 24 maret 2022.





Tanjung Jabung Barat hal ini menjadi kendala untuk menggaet banyak nasabah. Selain itu layanan ATM yang tersedia di Kuala Tungkal Kecamatan Tungkal Iir juga hanya tersedia disamping kantor cabang BSM yang terletak di Kuala Tungkal, namun demikian BSM sekarang sedang berupaya mengalokasikan kantor cabang dan mesin ATM pada lokasi-lokasi dibagian Tanjung Jabung Barat”

Dari informasi diatas dapat disimpulkan bahwa hal pertama yang menjadi kendala BSM KCP Kuala Tungkal dalam memasarkan produk serta jasa bank ialah karna BSM KCP Kuala Tungkal merupakan satu-satunya BSM yang ada di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, hal ini yang menjadikan pertimbangan masyarakat untuk menggunakan BSM, namun demikian pada saat ini pihak BSM sedang berupaya untuk mendirikan BSM pada lokasi-lokasi di bagian Tanjung Jabung Barat agar memudahkan masyarakat yang berkediaman diluar Kuala Tungkal dalam bertransaksi dan menggunakan jasa serta produk pada BSM.

Lebih lanjut lagi pak EP juga mengatakan:

“Selain lokasi kantor bank dan lokasi mesin ATM Kemudian pemahaman masyarakat yang masih kurang mengenai Bank Syariah juga merupakan kendala yang besar bagi kami, kenyataannya masih banyak masyarakat yang belum paham dan beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional, hal ini juga menjadi penyebab masyarakat mempertimbangkan ingin menggunakan bank syariah dan menyebabkan persaingan yang ketat antara bank syariah dengan bank konvensional”.

Berdasarkan penjelasan pak EP diatas dapat disimpulkan bahwa pemahaman masyarakat sangat berpengaruh akan keputusan masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal

Bauran pemasaran merupakan sebuah proses penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



maksud untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Melalui bauran pemasaran merupakan salah satu strategi untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap image suatu produk.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah peneliti uraikan diatas, bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal ialah dengan melakukan Marketing Mix secara umum dan syariah, dan berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pak HK selaku Kabag Kesra Kuala Tungkal bahwa BSM juga ikut berpartisipasi dalam kegiatan CSR.

#### a. Marketing Mix

##### 1) Produk (*Product*)

Tujuan utama dari prinsip perbankan syariah adalah terhindar dari transaksi riba, maka produk yang ditawarkan tentu saja berbeda dengan produk bank umum atau konvensional. Sama halnya dengan produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal bahwa bank syariah menawarkan berbagai produk kepada masyarakat Kuala Tungkal yang salah satunya ialah produk mudharabah dan wadiah, berdasarkan pernyataan dari pak EP bahwa BSM menargetkan tabungan wadiah kepada masyarakat dengan perekonomian kelas bawah, kepada mahasiswa atau siswa, dengan tujuan agar terciptanya kemaslahatan masyarakat, namun kenyataannya banyak masyarakat Kuala Tungkal lebih tertarik pada tabungan mudharabah hal ini terjadi karena tabungan mudharabah dinilai dapat menimbulkan hasil.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

Berdasarkan keterangan responden peneliti, peneliti dapat menganalisis sesuai teori Basu Swasta Dharmmesta dan T.Hani Handoko yang dinyatakan bahwa produk memiliki tingkat bonafiditas tertentu sehingga konsumen meyakinkannya sebagai produk yang baik dan bermutu, selain itu juga ditonjolkan produk yang memiliki nilai lebih, terutama dalam hal mutu.<sup>83</sup>

## 2) Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mengambil manfaat dalam suatu produk, baik menggunakan maupun memiliki produk tersebut. Dalam agama islam, strategi penetapan harga membebaskan orang untuk menetapkan harga selama wajar, adil dan adanya unsur suka rela antar pembeli dan penjual.<sup>84</sup>

Harga yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal bervariasi tergantung pada jenis produknya. Dengan adanya penentuan harga jual, baik berupa akad maupun setoran awal yang kecil, yang sesuai dengan ketentuan pusat menjadi bukti bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal berprinsip memudahkan dan tidak memberatkan nasabahnya. Dalam nisbah bagi hasil ditentukan pada awal akad dan besarnya berdasarkan tingkat keuntungan atau laba yang ingin di capai bank. Hal ini juga dilakukan dengan rasa sama-sama setuju dengan nisbah yang ditentukan diawal akad, dan pada pembiayaan biasanya ditetapkan tergantung pada jenis usaha dan latar belakang

<sup>83</sup> Basu Swastha Dgammesta dan Tani Handoko, *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. (Yogyakarta, Universitas Gajah Mada, 2013), hlm 5.

<sup>84</sup> Syukur, P.A.F.S, "Konsep Marketing Mix Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5.1, hlm 71.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

pekerjaan nasabahnya, dan kemudian untuk biaya administrasi ditetapkan sesuai dengan biaya jasa. Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal menentukan bagi hasil sesuai dengan perhitungan sistem yang sudah ditentukan apabila pendapatan menaik maka nisbah bagi hasil anggota juga akan menaik. Hal ini sesuai dengan penerapan strategi harga dalam agama islam yaitu harus adanya keadilan.

### 3) Tempat (*Place*)

Lokasi merupakan tempat dimana diperjual belikannya produk bank dan pusat pengendalian perbankan. Pemilihan lokasi yang tepat akan berdampak cukup signifikan terhadap penjualan, terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Lokasi pada produk dan jasa bank lebih didominasi jaringan kantor meski didukung oleh ATM, *internet banking, phone banking, mobile banking, dan mobile branch*. Strategi lokasi berperan penting karna berhubungan dengan calon nasabah dalam memberikan kemudahan, kenyamanan, serta kepercayaan kepada calon nasabah sehingga dapat mempertahankan nasabah dengan berbagai cara.

Letak Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal sangat strategis karna berada pada titik keramaian jalan yang mudah dijangkau oleh semua kalangan menggunakan sarana transportasi umum ataupun pribadi, letak Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal terletak dijalan utama sehingga masyarakat yang melintas dijalan tersebut akan mengetahui lokasi bank syariah. Walaupun letak Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal dinyatakan sudah strategis namun



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

kenyataannya bahwa nasabah pada BSM KCP Kuala Tungkal tidak hanya berlokasi di Kuala Tungkal, banyak juga nasabah yang berkediaman diluar Kuala Tungkal, hal ini menjadi permasalahan dalam strategi lokasi BSI karena masih banyak nasabah yang berkediaman diluar Kuala Tungkal merasa kesulitan untuk menggunakan produk dan jasa pada BSM, terlebih lagi mesin ATM yang disediakan oleh BSM KCP Kuala Tungkal hanya ada di Kuala Tungkal lebih tepatnya disamping kantor BSM. Dengan ini sangat diharapkan BSM mampu mendirikan mesin ATM di lokasi-lokasi pelosok dan lokasi yang strategis dengan tujuan mempermudah nasabah dalam bertransaksi dan memberikan kenyamanan serta kepuasan nasabah akan layanan yang disediakan oleh bank. Hal ini perlu dilakukan karna hal ini menjadi pertimbangan nasabah untuk terus menjadi nasabah pada Bank Syariah Mandiri.

#### 4) Promosi (*Promotion*)

Dalam kegiatan promosi, Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal terjun langsung kelapangan dengan mengedepankan prinsip kekeluargaan. Yang artinya, pemasar Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tidak hanya berorientasi untuk memasarkan produk jasa saja, akan tetapi hal pertama yang dilakukan ialah membangun *chemistry* antara pihak Bank dan nasabah dengan melakukan pendekatan secara lebih personal. Pendekatan tersebut dilakukan dengan tujuan untuk lebih memahami dan mengetahui permasalahan, kebutuhan dan keinginan apa yang di inginkan serta dihadapi oleh nasabah atau calon



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

nasabah. Setelah permasalahan serta kebutuhan diketahui, kemudian pemasar BSM akan menawarkan produk dan layanan apa yang dibutuhkan dan pemasar BSM pun akan menjelaskan secara rinci dengan bahasa yang mudah mengenai produk yang akan ditawarkan hal ini dilakukan untuk mempermudah calon nasabah dalam memahami produk yang ditawarkan.

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal juga dilakukan dengan perantara media sosial seperti instagram, facebook, dan Tv Pengabuan Kuala Tungkal, namun kenyataannya promosi yang dilakukan oleh pihak bank melalui TV hanya sebatas memberitahu masyarakat Kuala Tungkal akan kehadiran BSM dan tidak melakukan promosi secara detail. BSM KCP Kuala Tungkal juga melakukan kegiatan sponsorship dan publisitas dengan melakukan edukasi kepada masyarakat mengenai apa itu perbankan syariah melalui kegiatan perkumpulan dan goess bareng dengan masyarakat Kuala Tungkal. Tidak hanya itu BSM KCP Kuala Tungkal juga melakukan kerjasama dengan Bappeda Kabupaten Tanjung Jabung Barat melalui kegiatan CSR namun kenyataannya hal ini hanya dilakukan ditahun 2016 dan 2018 saja, dan bekerja sama dengan nasabah melalui kegiatan Co-Breeding. hal ini dilakukan untuk membangun merek di benak masyarakat.

- b. Marketing Mix Syari'ah
  - 1) Teistis (*Rabbaniyah*)

Dalam pemasaran syariah harus memiliki sifat religius hal ini bisa dilihat dari bagaimana penerapan nilai islami



dalam suatu perusahaan. Dalam konsep syariah seorang pebisnis harus mengedepankan nilai masalah serta etika bisnis, hal ini dilakukan agar perusahaan tidak terlalu fokus pada profit-oriented sehingga mereka berfikir licik dan menghalalkan segala cara, persaingan yang ketat sering kali menjadi faktor utama yang menjadi pemicu diabaikannya etika dalam berbisnis.

BSM KCP Kuala Tungkal menerapkan nilai-nilai islam yang setiap pagi sebelum melakukan pelayanan selalu melakukan doa bersama. Dalam mengedepankan masalah akhlak kepada karyawan, BSM melakukan pembacaan Al-Qur'an, pada saat bulan puasa BSM KCP Kuala Tungkal mengadakan beberapa amalan seperti bersih-bersih, bakti sosial dengan berbagi sembako, takjil serta berkunjung ke panti asuhan yatim piatu, dan selalu mengutamakan dakwah disetiap prospek nasabah.

Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal sudah melakukan aspek teistis seperti yang dikemukakan oleh Kertajaya dan Sula, yang mana dalam aspek teistis menurut Kertajaya dan Sula bahwa seorang marketer harus meyakini bahwa Allah selalu bersamanya dan selalu mengawasi semua bentuk aktivitas bisnisnya dan segala yang dilakukan oleh seorang marketer akan diminta pertanggungjawaban dihari kiamat nanti. Dengan begitu seorang marketer akan selalu mematuhi hukum-hukum syariah dalam menjalankan bisnisnya.

## 2) Etis (*Akhlaqiyyah*)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



Dalam melakukan bisnis kita diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Namun di sisi lain, hal ini terikat dengan iman dan etika sehingga tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya atau membelanjakan hartanya. Seorang pebisnis harus melakukan kegiatan usahanya sesuai dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan kebenaran, serta memberikan manfaat bagi usahanya. Selain itu seorang pebisnis harus mematuhi norma-norma, dan kaidah yang berlaku pada nilai syariah tersebut.

Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal sangat memperhatikan aspek etika dalam melayani nasabahnya dengan baik, sopan, sabar, dan menjaga sikap. Setiap nasabah yang masuk akan disambut dengan salam “Assalamualaikum” hal ini memberikan kesan yang baik dibenak nasabah dan memberikan kenyamanan serta terdapat unsur do’a dalam kalimat salam tersebut. Tidak hanya itu, setelah transaksi di teller atau di customer service selesai akan diucapkan “Terimakasih” dalam kalimat ini juga terdapat unsur syukur karna nasabah sudah datang.

Dalam menghadapi nasabah yang komplain, Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal melakukan penanganan terlebih dahulu dengan mengucapkan maaf, hal ini menjadi kunci utama yang diucapkan oleh karyawan BSM kepada nasabahnya, kemudian karyawan BSM akan mendengarkan, dan membantu nasabah dalam menyelesaikan permasalahannya. Dalam operasional sehari-hari Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal juga menerapkan nilai-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

nilai moral dan etika yang baik terutama dalam hal pelayanan. Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal juga mengedepankan kesopanan kepada karyawannya, hal ini tentu sesuai dengan apa yang seharusnya diterapkan dalam aspek etis dimana seorang marketer syariah harus memiliki sikap bersuci seperti menjauhkan diri dari dusta, kedzaliman, penipuan, penghianatan dan bahkan siap bermuka dua (munafik). Berdasarkan uraian ini bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal sudah memenuhi etika pemasar menurut Kertajaya dan Sula yaitu bersikap jujur, adil, melayani, dan dapat dipercaya.

### 3) Realistis (*Al-waqiyyah*)

Wujud realistis yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal ialah menjaga silaturahmi dengan para nasabah. Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal membangun relasi dengan para nasabah dengan cara menjalin komunikasi, menjabatani nasabah dengan instansi-instansi terkait atau memberikan sponsorship. Selain itu Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal sangat mengedepankan fleksibilitas karena aspek nilai-nilai islami selalu ditekankan dalam perbankan terutama dalam hal kerja bagi karyawan. Mengucapkan salam dan service yang baik, melayani nasabah dengan sopan dan ramah, karyawan laki-laki diusahakan untuk sholat berjamaah di masjid. Kemudian service BSM dengan cara karyawan memakai seragam yang bersih, rapi, dan tertutup, setiap pagi melakukan do'a bersama. Konsep strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal sendiri sudah sesuai dengan teori strategi pemasaran menurut Kertajaya.

### 4) Humanistis (*Insaniyyah*)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

Syariah islam diciptakan untuk manusia sesuai dengan kapasitasnya tanpa menghiraukan jenis kelamin, warna kulit, ras, keyakinan, kebangsaan dan status. Hal inilah yang membuat syariah memiliki sifat universal sehingga menjadi syariah humanistis universal. Dengan memiliki nilai humanistis, seorang marketer menjadi manusia yang terkontrol dan seimbang bukan manusia yang serakah yang menghalalkan segala cara untuk mendapat keuntungan, bukan juga manusia yang bisa bahagia di atas penderitaan orang lain.

Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal selalu berusaha untuk mempertahankan dan juga meningkatkan nasabahnya. Hal pertama yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal ialah melalui pelayanan, kedua menjaga konsistensinya apa yang sudah menjadi sistem BSM dan ditanya apa kebutuhannya. Selain itu sejalan dengan pertumbuhan bisnis, Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal meningkatkan kepedulian melalui program CSR (*Corporate social responsibility*). Program tersebut dilakukan dalam rangka membantu keadaan sosial dan mensupport masyarakat. Diantaranya kegiatan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal dalam kegiatan CSR adalah dengan membuat madrasah, buka bersama dengan anak yatim piatu, merenovasi masjid, membangun pasar murah, serta melakukan santunan anak yatim. Hal ini membuktikan bahwa kehadiran Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal memiliki sisi positif dikalangan masyarakat sekitarnya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi

Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal tidak hanya semata-mata perbankan yang mencari profit namun tetap peduli dengan lingkungan sekitar dalam bentuk bantuan sosial maupun kegiatan lainnya. hal ini sudah sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Kertajaya dan Sula dimana dalam bisnis syariah harus memperhatikan dan membantu lingkungan sekitar tanpa memandang statusnya.

## 2. Kendala-Kendala Strategi Pemasaran Yang Dihadapi Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.

Menurut teori Muhammad Syafi'i Antonio, bahwa memilih sebuah bank untuk membuka rekening merupakan langkah yang sangat penting untuk mengamankan uang setiap nasabah. Sama halnya seperti sedang mengelola keuangan, memilih bank terpercaya akan menentukan bagaimana hasil akhir simpanan dana yang akan dikelola.<sup>85</sup> Khususnya untuk nasabah yang memiliki rekening tabungan untuk berbisnis, maka pemilihan bank yang tepat akan membuat usaha yang dijalani lebih berkembang. Sebaliknya, bank yang tidak cocok untuk kegiatan bisnisnya justru akan membuat usaha menjadi menurun. Hal ini dikarenakan pemberlakuan administrasi, pelayanan, dan program yang dimiliki setiap bank berbeda-beda. Tidak jarang adanya berita tiba-tiba bank gulung tikar akibat bangkrut. Hal ini bisa saja disebabkan oleh manajemen keuangan yang kurang baik. Melihat hal ini tentu masyarakat sebagai calon nasabah harus lebih pintar dan teliti dalam mempercayai uang mereka kepada bank.

Selain menyediakan mesin ATM diberbagai tempat, biasanya biaya administrasi yang dilakukan bank, mulai dari biaya pembukaan rekening, biaya transfer sesama dan antar bank, potongan tabungan per

<sup>85</sup> Muhammad Syafi'i Antonio D.M.S, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. (Jakarta, Gema Insani, 2001).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

bulannya, biaya tarik tunai dimesin ATM, dan lain sebagainya menjadi pertimbangan setiap calon nasabah ketika ingin memilih bank.

Selain mempelajari seluk beluk bank dan program serta fasilitas yang ditawarkan, mencari tahu reputasi bank juga sering dilakukan oleh para calon nasabah. Dengan melihat banyaknya cabang bank yang dibuka diberbagai lokasi, nasabah juga mencari tahu mengenai kualitas *track record* sebuah bank, oleh sebab itu calon nasabah terkadang memilih bank dengan melihat banyak nya cabang yang tersebar.

Kemudian kendala yang kedua ialah minimnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah yang mana hal ini mengurangi pamor perbankan, karena masyarakat yang ada di Kuala Tungkal tidak semuanya menggunakan jasa perbankan untuk menggunakan uangnya hal ini terjadi karna mereka tidak mempercayai perbankan hal ini terjadi karena minimnya pengetahuannya tadi.

Kurangnya pemahaman masyarakat teradap bank syariah dapat dilihat dari hasil wawancara yang sudah peneliti lakukan dengan pak EP yang menyatakan bahwa masih banyak masyarakat kuala tungkal tidak memahami apa itu perbankan syariah, apa produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah, kemudian masih banyak nya nasabah yang berfikiran bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional. Kebanyakan masyarakat tidak tahu mengenai produk bank syariah hal ini menyebabkan masyarakat tidak berminat menggunakan bank syariah karena mereka menganggap fasilitas penunjang yang diberikan masih kalah dengan fasiliitas yang ditawarkan oleh bank konvensional kecuali orang yang memiliki keinginan kuat untuk menabung dengan menghindari unsur riba.

Hal ini dapat diuraikan berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Basu Swasta Dharmmesta dan T. Hani Handoko bahwa rendahnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagaiian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi

pemahaman masyarakat akan pemahaman islam apalagi masalah perbankan bahkan perekonomian secara lebih luas maka perbankan syariah harus terus berkembang dengan cara memperbaiki kinerjanya, dengan pesatnya persaingan yang ditandai dengan banyaknya bank konvensional yang akhirnya mendirikan unit syariah, hal ini menjadi bukti bahwa bank syariah memiliki kompetensi yang tinggi. Perbankan syariah akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat memiliki permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan mengenai bank syariah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi





## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktanya Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal ialah dengan melakukan kegiatan Marketing Mix secara umum dan secara syariah.
  - a. Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal dalam pemasarannya melakukan kegiatan sosialisasi dengan masyarakat Kuala Tungkal melalui perkumpulan, dan goess bareng, dan juga melakukan kegiatan sebar brosur, namun kenyataannya walaupun demikian BSM KCP Kuala Tungkal masih belum membuat banyak masyarakat tertarik akan bank syariah. Hal ini terjadi karna promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah masih kurang aktif, mulai dari kurangnya melakukan promosi melalui media cetak, dan media social. Dengan hanya memasang spanduk dihari tertentu membuat kurangnya kesadaran masyarakat akan bank syariah. Mengucapkan salam dan terimakasih serta memberikan bantuan bagi masyarakat yang membutuhkan merupakan salah satu dari marketing syariah.
  - b. Dalam pemasarannya BSM KCP Kuala Tungkal juga membuat aplikasi QRIS yang ditempel di masjid dan di beberapa toko nasabahnya namun hal tersebut tidak selaras dengan masyarakat yang berkedianan di dekat masjid faktanya banyak masyarakat yang jarang membawa handphone ketika sholat.
  - c. Kemudian BSM Juga berpartisipasi dalam kegiatan CSR namun hal ini hanya dilakukan dalam waktu yang singkat, sangat diharapkan bahawa BSI akan terus melanjutkan kerjasama dengan CSR Tanjab Barat agar terciptanya kesejahteraan masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



2. Kendala-kendala startegi pemasaran yang dihadapi oleh BSM ialah tidak semua nasabah merespon dengan baik, kurangnya layanan mesin ATM yang disediakan oleh bank syariah yang ditempatkan di berbagai tempat di Kabupaten Tanjung Jabung Barat juga menjadi kendala dan hambatan BSM KCP Kuala Tungkal dalam pemasarannya. Tidak hanya itu kurangnya pemahaman masyarakat juga menjadi kendala karna hal ini menjadi penyebab turun nya pamor perbankan syariah, hal ini terjadi karna kurang efektifnya bauran pemasaran atau marketing mix yang dilakukan BSM KCP Kuala Tungkal.

## B. Implikasi

Setelah hasil penelitian disimpulkan, selanjutnya peneliti menoba untuk mengemukakan implikasi yang mungkin bisa memberikan manfaat, diantaranya yaitu:

1. Bagi perbankan syariah, penulis berharap bahwa penelitian ini mampu menjadi salah satu acuan perusahaan agar perusahaan terus meningkatkan strategi pemasarannya. Dan bisa memberikan pemahaman kepada masyarkat Kuala Tungkal mengenai perbankan syariah dan bisa memberikan kepuasan akan Kebutuhan dan keinginan nasabahnya.
2. Bagi calon nasabah, penelitian ini diharapkan mampu menjadi sebuah wawasan atau menambah pengetahuan baru mengenai perbankan khususnya perbankan syariah dan Bank Syariah Mandiri/Bank Syariah Indonesia.
3. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan pemikiran dalam bidang keilmuan, khususnya pada bidang ekonomi dan perbankan syarah, dan juga bisa menambah referensi kepustakaan bagi peneliti selanjutnya.

## C. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini, maka saran yang bisa diberikan adalah:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

1. BSM KCP Kuala Tungkal seyogyanya lebih kompetitif dalam memasarkan produknya, melakukan promosi, sosialisasi agar masyarakat lebih tertarik untuk menggunakan layanan bank syariah, hal ini adalah salah satu cara yang bisa digunakan untuk meningkatkan jumlah nasabah.
2. Sangat diharapkan kedepannya BSM KCP Kuala Tungkal bisa melanjutkan kerjasama dengan CSR agar bisa menimbulkan citra yang baik bagi perusahaan dan membuat masyarakat Kuala Tungkal sadar akan kehadiran BSM serta terciptanya kesejahteraan masyarakat.
3. BSM KCP Kuala Tungkal untuk kedepannya sangat diharapkan mampu meningkatkan kualitas, salah satunya peningkatan pelayanan yang maksimum, sarana dan prasarana yang lebih baik, manajemen yang mantap sehingga bisa bersaing dengan bank-bank lainnya dan yang terpenting bank bisa mencapai visi dan misi Bank Syariah Mandiri KCP Kuala Tungkal.
4. Sangat diharapkan dan peneliti sarankan agar kedepannya BSM mampu membangun kantor cabang lainnya dilokasi pelosok bagian Tanjab Barat agar mempermudah nasabah dan calon nasabah untuk bertransaksi pada BSM dan membuat nasabah menjadi loyal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Republik Indonesia, Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: CV Toha Putra Semarang, 1989.
- Abdullah Shonhaji, and Sunan Ibnu Majah *Terjemah Sunan Ibnu Majah Jilid III*. Semarang: CV. Asy Syifa, 1993.
- Abu Achmadi, Cholid Narbuko. *Metode Penelitian*. Jakarta: Sinar grafika Offest, 2018.
- Abu Ja'far Muhammad Bin Jarir Ath- Thabari. *Tafsir Ath-Thabari, Juz 10*. Software. Maktabah Syamilah.
- Ali Hasan. *Marketing Bank Syaroah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Al Imam abu Abdullah Muhammad Bin Ismail Al Bukhari and Achmad Sunanto. *Shahih Bukhari*. Terjemah Jilid 3. Semarang: CV. Asy Syifa, 1992.
- Bungin Burhan, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi Ekonomi Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana, 2011.
- D.M.S, Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- E, Susilo. *Pengawasan Syariah Pada Lembaga Keuangan Syariah*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta, 2018.
- Hermawan Kertajaya, and Muhammad Syakir Sula. *Marketing Syariah*. Bandung: Mizan Pustaka, 2006.
- Huda, N. *Pemasaran Syariah Teori Dan Aplikasi*. Depok: Kencana, 2017.
- Idris. *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prendamedia group, 2015.
- Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Juliana Batubara. *Paradigma Penelitian Kualitatif Dan Filsafat Ilmu Pengetahuan Dalam Konseling, Fokus Konseling*. 2 No 3., 2017.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah,  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunthaha Jambi

2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunthaha Jambi

- Karim, I. A. A. *Bank Islam: Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.
- Muhammad, and R.Lukman Fathoni. *Visi Al-Qur'an Tentang Etika Dan Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Diniyah, 2008
- Muhammad Syafi'i. *Marketing Bahlul*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008
- Mustaq Ahmad. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001..
- Muhammad Nashruddin Al Albani. *Mukhtasar Shahih Bhukhari III*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2012.
- . *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Muhammad Syafi'i Antonio. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani press, 2001.
- Nur Asnawi, and M. Asnan Fanani. *Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pres, 2017.
- Sudirman Suparman. *Syariah Al-Islamiyah*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2012.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- . *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an*. Juz 11. Jakarta: Lentera Hati, 2011.
- Tani Handoko, Basu Swastha Dgarmmesta. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada, 2013.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Jambi: Syari'ah Press, 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*, n.d.

## B. Jurnal

- Eka Putri Andini, 2018. *"Evektifitas Penerapan Startegi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Pembiayaan Produk Amanah (Study Kasus Pegadaian Syariah Cabang Sidoarjo"*. Thesis. Surabaya: UIN Sunan Ampel.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sunan Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagai dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sunan Jambi

- Fauziah Tasya, 2016. *"Implementasi Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh pada PT Al-Amin Universal Jakarta"*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Selly Ayu Merdekawati, 2015. *"Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan IB BDW Modal Kerja Di BPR Syariah Bangun Drajar Warga (BDW) Yogyakarta"* Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Syukur, P.A.F.S. "Konsep Marketing Mix Syariah" *Jurnal Ekonomi dan perbankan syariah*, No. 1 (2017): 71.
- Tika Sukriyah, 2015. *"Strategi Promosi PT. Lintas Iskandaria Tour dalam meningkatkan jumlah jama'ah Umrah"*. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Toriquddin, M. *Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur'an dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah*. *De Jure, Jurnal Syariah Dan Hukum*, 7 (2), 166. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v7i2.3518>.
- Yulianti, 2011. *"Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Dalam Mencapai Pencapaian Target Di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga"*. Thesis diploma. IAIN Salatiga.





## Narasumber Wawancara

| No | Nama Narasumber        | Keterangan                                 |
|----|------------------------|--|
| 1  | Edy Putraga            | Branch Manager BSI                         |
| 2  | Ismania Fadia Ulfa     | Branch Operation & Service Manager         |
| 3  | Muhammad Agus Salim    | Micro Financing Sales                      |
| 4  | Hidayat Kusuma S.Sos.i | Kabag Kesra kabupaten Tanjung Jabung Barat |
| 5  | Hasan                  | Nasabah                                    |
| 6  | Wahidah                | Nasabah                                    |
| 7  | Imin                   | Nasabah                                    |
| 8  | Serli                  | Nasabah                                    |
| 9  | Ayu                    | Nasabah                                    |
| 10 | Joko Nugroho           | Nasabah                                    |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA

| No | Jenis Data  | Metode                   | Sumber Data                 |
|----|---|--------------------------|-----------------------------|
| 1  | Profil BSI KCP Kuala Tungkal                          | Dokumentasi              | Dokumen                     |
| 2  | Visi-Misi BSI KCP Kuala Tungkal                       | Dokumentasi              | Dokumentasi                 |
| 3  | Struktur Organisasi BSI KCP Kuala Tungkal             | Wawancara<br>Dokumentasi | Staff BSI KCP Kuala Tungkal |
| 4  | Strategi Pemasaran BSI KCP Kuala Tungkal              | Wawancara<br>dokumentasi | Staff BSI KCP Kuala Tungkal |
| 5  | Kendala-kendala dalam pemasaran BSI KCP Kuala Tungkal | Wawancara                | Staff BSI KCP Kuala Tungkal |
| 6  | Data Jumlah Nasabah                                   | Dokumentasi              | Dokumen                     |

### Butir-butir Wawancara

| No | Objek Wawancara             | Instrumen   |
|----|-----------------------------|---|
| 1  | Staff BSI KCP Kuala Tungkal | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan BSI KCP Kuala Tungkal?</li><li>2. Kegiatan apa saja yang dilakukan BSI dalam pemasaran?</li><li>3. Berapa kali biasanya kegiatan pemasaran dilakukan?</li><li>4. Apa saja produk yang ditawarkan BSI dalam Pemasaran?</li><li>5. Berapa kali BSI melakukan sosialisasi?</li><li>6. Apakah BSI berpartisipasi dalam</li></ol> |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:  
1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi  
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

|   |         |  |
|---|---------|--|
|   |         | <p>Kegiatan Lembaga pemerintahan di Kuala Tungkal?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>7. Apakah BSI hanya melakukan marketing mix secara umum?</li><li>8. Kegiatan pemasaran syariah seperti apa yang dilakukan BSI?</li><li>9. Dalam pemasaran apakah BSI pernah melakukan pemasaran melalui Tv/koran/majalah?</li><li>10. Siapa target sasaran utama BSI?</li><li>11. Apakah BSI memasang spanduk dalam pemasarannya?</li><li>12. Apakah lokasi BSI sudah strategis?</li><li>13. Apakah BSI memiliki media sosial?</li><li>14. Berapa kali biasanya BSI melakukan sebar brosur?</li><li>15. Apa saja kendala yang dihadapi BSI dalam pemasaran?</li></ol> |
| 2 | Nasabah | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Apakah ibu merasa puas akan produk mudharabah yang ditawarkan oleh BSI?</li><li>2. Apa yang membuat ibu tertarik untuk menggunakan akad Mudharabah pada BSI?</li><li>3. Apakah ibu mengalami kesulitan dalam menggunakan jasa dan</li></ol>   |



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sutha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sutha Jambi

|   |             |  |
|---|-------------|--|
|   |             | <p>layanan pada BSI?</p> <ol style="list-style-type: none"><li>4. Berapa jam waktu yang harus ibu tempuh untuk menuju ke lokasi BSI?</li><li>5. Bagaimana pandangan ibu mengenai bank syariah baik dari kualitas pelayanan dan sistem bank syariah?</li><li>6. Apakah selama ibu menggunakan BSI terdapat masalah yang ibu dapati?</li><li>7. Apa yang membuat bapak tertarik untuk menggunakan BSI? Dan produk apa yang bapak gunakan pada BSI?</li></ol> |
| 3 | Kabag Kesra | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Apakah BSI terdaftar bergabung dengan kegiatan CSR pada Tanjabbarat?</li><li>2. Apa saja bantuan yang dilakukan BSI dalam kegiatan CSR?</li></ol>   |

## DOKUMENTASI



@ Hak cipta milik UIN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Surtha Jambi
2. Dilarang memperbanyak sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Surtha Jambi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTHAN THAHA SAIFUDDIN  
J A M B I

UIN Thaha Saifuddin Jambi



1. Mandiri Syantih =

|      |            |  |            |          |
|------|------------|--|------------|----------|
| 2018 | 88.500.000 | - Buka bersama & santunan Anak Yatim 3,5jt | 35.000.000 | 7.111    |
|      |            | - Pasar muah                               | 50.000.000 | popelick |
|      |            | - Pembuatan Masjid                         | 7.500.000  |          |
| 2016 | 15.500.000 | - Menaklukkan Masjid                       | 8.000.000  |          |
|      |            | - Santunan anak yatim                      |            |          |

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang:

1. Dilarang mengutip sebagian dan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan da menyebutkan sumber asli:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Sultha Jambi
2. Dilarang mempublikasi sebagian dan atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Sultha Jambi



## CURRICULUM VITAE



Nama : Nurul Annisa  
NIM : 502180097  
Tempat/Tanggal Lahir: Kuala Tungkal 30 Agustus 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Golongan Darah : B  
Agama : Islam  
Alamat : Jl Sukajadi, Rt 004, Kelurahan Sungai Nibung, Kecamatan  
Tungkal Ilir, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.  
Telepon : 081370970336  
Email : [annisahadilaksana00@gmail.com](mailto:annisahadilaksana00@gmail.com)  
Orang Tua  
1. Ayah : Drs. H. Muhammad Yunus  
2. Ibu : Hj. Harwati  
Riwayat Pendidikan  
1. SD/MI : SDN 05/V Kuala Tungkal.  
2. SMP/MTS : PP Al-Baqiyatusshalihat.  
3. SMA/MA : PP Darunnajah Jakarta Selatan.  
MAN 2 Tanjung Jabung Timur.  
4. Perguruan Tinggi : UIN STS JAMBI.

Jambi, Mei, 2022

Nurul Annisa  
NIM. 502180097