

**STRATEGI BANK SYARIAH MANDIRI PERIODE TAHUN 2020  
DALAM MENAWARKAN PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH  
KEPADA ANGGOTA POLRES LANGSA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh:**

**RISKA ALYANI**  
**NIM. 4012019158**

**Jurusan: Perbankan Syariah**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
LANGSA  
2021 M / 1443 H**

**Skripsi Berjudul**

**STRATEGI BANK SYARIAH MANDIRI DALAM  
MENAWARKAN PRODUK PEMBIAYAAN  
MURABAHAH KEPADA ANGGOTA  
POLRES LANGSA**

**Dapat disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah**

**Oleh:**

**RISKA ALYANI**  
NIM: 4012019158

**Langsa, juni 2021**

**Pembimbing I,**



**Dr. Early Ridho Kismawadi, S.E.I.**  
NIDN: 20111189

**Pembimbing II,**



**Fakhrizal, Lc, MA.**  
NIDN: 2018059002

**Mengetahui  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah**



**Fakhrizal, Lc, MA.**  
NIDN: 2018059002

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2020 dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa” an Riska Alyani, NIM 4012019158. Program Studi Perbankan Syariah, telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 26 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 26 Agustus 2021  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I

Dr. Early Ridho Kismawadi, MA  
NIDN: 20111189

Penguji II

Fakhrizal, Lc., MA  
NIP. 19850218 201801 1 001

Penguji III

Fahriansyah, Lc., MA  
NIDN 2116068202

Penguji IV

Faisal Umardani Hasibuan, MM  
NIDN 2020058403

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Langsa



Dr. Iskandar, M. CL  
NIP 19650616 199503 1 002

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Alyani  
NIM : 4012019158  
Tempat, Tanggal Lahir : Langsa, 16 November 1995  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jalan Syiah Kuala Lorong Peutua Husin  
Gampong Tualang Teungoh Kec. Langsa Kota,  
Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2020 Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 26 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



*Riska Alyani*  
Riska Alyani  
NIM. 4012019158

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mengkaruniakan nikmat akal, kesehatan dan segalanya kepada manusia sehingga dapat berfikir dan merasakan salah satu dari sekian banyak nikmat-Nya. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang selalu eksis membantu perjuangan beliau dalam menegakkan Dinullah di muka bumi ini.

Suatu keberhasilan bagi peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan baik, lancar dan tepat pada waktunya Skripsi ini berjudul: “**Strategi Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2020 Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa**” ditulis dalam rangka memenuhi salah syarat akademis guna memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri Langsa. Seiring dengan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Langsa Dr. H. Basri, MA yang telah memimpin Perguruan Tinggi dimana peneliti menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta staf dan jajaranya di IAIN Langsa yang telah banyak memberikan bantuan pada peneliti hingga terselesaikannya perkuliahan peneliti.
3. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, S.E.I selaku pembimbing I yang telah banyak membantu peneliti dalam memberikan bimbingan serta arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Fakhrizal, Lc, MA. selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan kesempatan dalam mengkoreksi serta membimbing peneliti hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Khusus dan istimewa buat orang tua tercinta yang telah membesarkan, mendidik, mengasuh dan memberi bantuan baik moril maupun materil serta kasih sayang yang tiada batasnya hingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
6. Sahabat seperjuangan yang sudah kiranya bersama-sama menjalani pendidikan, saling membantu dan mengayomi sesama kawan sehingga dapat menyelesaikan pendidikan.

Terima kasih juga kepada semua pihak yang sudah ikut membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kebaikan yang tiada terkira. Semoga Allah dapat membalasnya.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT kita serahkan segala doa. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT meridhai dan dicatat sebagai ibadah disisi-Nya. Wassalamualaikum, Wr, Wb.

Langsa, 27 Juli 2021

**RISKA ALYANI**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	
<b>BAB I    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Metodologi Penelitian.....	8
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	8
2. Sumber Data.....	9
3. Teknik Pengumpulan Data.....	10
4. Teknik Analisis Data.....	11
5. Pengecekan Keabsahan Data.....	12
G. Penjelasan Istilah .....	16
H. Kajian Terdahulu .....	17
I. Sistematika Penulisan .....	23
<b>BAB II    LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>25</b>
A. Strategi Marketing .....	25
1. Pengertian Strategi .....	25
2. Pengertian Marketing.....	26
3. Strategi Marketing Bank Syariah .....	31
B. Tinjauan Tentang Bank Syariah .....	33
1. Pengertian Bank Syariah.....	33
2. Dasar Hukum Bank Syariah .....	34
3. Produk Bank Syariah .....	36
C. Tinjauan Tentang Murabahah.....	43
1. Pengertian Murabahah .....	43
2. Dasar Hukum Murabahah .....	43
3. Rukun dan Syarat Murabahah.....	45
4. Jenis-Jenis Murabahah .....	47
5. Pembiayaan Murabahah Pada Lembaga Keuangan Syariah....	48
<b>BAB III    PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Sejarah Bank Syariah Mandiri .....	54
B. Profil Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa .....	56
C. Produk-Produk Bank syariah Mandiri Cabang Langsa .....	57
D. Hambatan Bank Syariah Mandiri cabang Langsa dalam Memasarkan Pembiayaan Murabahah .....	62
E. Strategi Bank Syariah Mandiri cabang Langsa dalam	

Memasarkan Pembiayaan Murabahah .....	67
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## ABSTRAK

Riska Alyani, 2021, “*Strategi Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2020 Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa*”. Skripsi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

Produk murabahah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri selalu menjadi prioritas utama setiap pegawainya dalam melakukan pemasaran produk. Karena sistem pembiayaan murabahah yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri ini diklaim memiliki banyak keunggulan serta keuntungan yang dapat dinikmati oleh para nasabahnya. Termasuk para anggota polisi yang memiliki segudang kebutuhan hidup. Baik untuk investasi masa depan maupun pembiayaan modal usaha lainnya. Produk murabahah ini dirasa cukup komplis dalam menyajikan solusi pembiayaan yang diinginkan oleh para Anggota Polres Langsa. Berdasarkan hal tersebut, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian mendalam mengenai Strategi Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2020 Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa.

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh jawaban tentang strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Langsa dalam menawarkan produk murabahah pada anggota Polres Langsa, serta segala macam hambatan atau kendala yang dihadapi oleh Bank Syariah Mandiri Langsa dalam menawarkan produk murabahah pada anggota Polres Langsa. Untuk itu, penelitian ini didesain sebagai penelitian lapangan (*fieldresearch*) dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh temuan bahwa strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Langsa dalam menawarkan produk murabahah pada anggota Polres Langsa dilakukan melalui beberapa media untuk meningkatkan pemahaman tentang pembiayaan mudharabah misalnya sales kit, brosur, telemarketing, presentasi langsung, door to door maupun pemberian hadiah/doorprize. Adapun kendala dalam memasarkan pembiayaan murabahah di BSM Cabang Langsa yaitu, adanya faktor internal dari Bank Syariah Mandiri sendiri yakni, kurang pahamiannya marketing mikro mengenai produk-produk perbankan syariah karena pada dasarnya pendidikan para marketing mikro bukan dari lulusan perbankan syariah.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi berfungsi untuk memudahkan penulis dalam memindahkan bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia. Pedoman transliterasi harus konsisten dari awal penulisan sebuah karya ilmiah sampai akhir.

### A. Transliterasi Arab-Latin

Transliterasi adalah pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini berarti penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta pangkatnya.

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini disesuaikan dengan penulisan transliterasi Arab-Latin mengacu kepada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tahun 1987 Nomor: 158 tahun 1987 dan Nomor: 0543bJU/1987.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye

ص	Shad	S}	Es(dengan titik di bawah)
ض	Dhad	D{	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha	T{	Te(dengan titik di bawah)
ظ	Zhaa	Z{	Zet(dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Apostrof terbalik
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	<i>Fathah</i>	A	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U	u

Gabungan antara harakat dan huruf, translitasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َـيْ	<i>Fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
◌َـوْ	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

سَيِّءٌ : *Syai'an*,

حَوْلٌ : *Haula*.

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>Fathah</i> danya' (rumah tanpa titik)	a>	a dan garis di atas
إِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya&gt;</i> ' berharakat <i>sukun</i>	i>	i dan garis di atas
أُ	<i>Dammah</i> dan <i>wa</i> berharakat <i>sukun</i>	u>	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : *qala*

مُوسَى : *musa*

قِيلَ : *qila*

يَفُوتُ : *yafutu*

### 4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah* transliterasinya adalah (t). Sedangkan *ta' marbutah* yang mati (mendapat harakat *sukun*), transliterasinya (h).

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوَضَةُ الْأَطْفَالِ : *Raudatul atfal*  
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadiilah*  
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

### 5. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* ( ّ ), dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

حَرَّمَ : *harrama*  
 تَقَوَّلَ : *taqawwala*  
 لَيَّيْنَا : *layyinan*

Jika huruf bertasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah*, maka ia ditransliterasi huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)  
 عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi

seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الصَّبْرُ: *al-sabru* (bukan *as-sabru*)

التَّكَاثُرُ: *al-takatsuru* (bukan *at-takatsuru*)

البُخَارِيُّ: *al-bukhari*

الحَسَنُ: *al-hasanu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ( ' ) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

أَحْسِبُ: *ahsiba*

يَسَاءُ: *yasya'*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditrasliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas.

Misalnya, kata Alquran (dari *al-Qur'an*), dan alhamdulillah (dari *al-hamd ulillah*). Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Fi Zhilalil Quran*

*Al-Hamdulillah allazi*

### 9. Lafal al-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf istimewa lainnya atau berkedudukan sebagai *mudhaf ilaih*(frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

سَيِّفُ اللَّهِ: *syaifullah* bukan *saif Allah*

مِنَ اللَّهِ : *minallah* bukan *min Allah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafal *al-jalallah*, ditransliterasi dengan huruf (t).

Contoh:

رَحْمَةُ اللَّهِ : *rahmatullah* bukan *rahmah Allah*

### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD).

Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat.

Apabila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak di awal kalimat, maka huruf “A” dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Ketentuan sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang (al-), baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (catatan kaki dan daftar pustaka).

Contoh:

*min Muhammadin Rasulillah,*

*faraja ‘a ila Dimasyq*

*al-Bukhari*

*al-Syafi ‘i*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abu* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka.

Contoh :

Abu al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu).

Nasir Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasir Hamid (bukan Zaid, Nasir Hamid Abu).



## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan antara lain sebagai berikut:

swt.	= <i>subhanahu wa ta'ala</i>
saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijriyah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat Tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4
HR.	= Hadis Riwayat

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kegiatan perekonomian merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Perekonomian di negara Indonesia sendiri menunjukkan perkembangannya dalam era globalisasi seperti saat ini, tujuannya tidak lain adalah untuk mencapai kesejahteraan masyarakat negara itu sendiri. Permasalahan yang dialami negara Indonesia dalam era globalisasi ini melibatkan masyarakat Indonesia, yang turut dalam berperan penting terhadap kemajuan perekonomian Indonesia.

Berkembang pesatnya kegiatan ekonomi diikuti pula dengan perkembangan lembaga keuangan (bank), baik yang konvensional maupun yang menggunakan prinsip syariah, dan dalam dunia perbankan sering kali digunakan fasilitas pasar uang dalam kegiatan operasionalnya karena dalam keadaan tertentu terkadang bank dapat mengalami kelebihan ataupun kekurangan likuiditas dalam jangka pendek yaitu kurang dari satu tahun. Bila terjadi kelebihan, bank melakukan penempatan kelebihan likuiditas sehingga bank memperoleh keuntungan. Sebaliknya, bila bank mengalami kekurangan likuiditas, bank memerlukan sarana untuk menutupi kekurangan likuiditas dalam rangka pembiayaan agar kegiatan operasional bank dapat berjalan dengan baik.<sup>1</sup>

Pengembangan Perbankan Syariah saat ini dilakukan sesuai dengan tahapan

---

<sup>1</sup> Amir Machmud dan Rukmana, *Bank Syariah: Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h. 31.

cetak biru pembangunan perbankan syariah yang telah disusun oleh Bank Indonesia. Namun selain itu, guna membangun industri perbankan syariah masa depan yang tangguh, harus juga mengikuti langkah-langkah pembangunan kelembagaan dan kegiatan usaha sesuai dengan pilar-pilar pengembangan yang diterapkan dalam Arsitektur Perbankan Indonesia (API). Hal ini tentunya merupakan suatu kewajiban, karena pada dasarnya perbankan syariah adalah bagian dari sistem perbankan nasional yang mana telah menetapkan API sebagai suatu kerangka dasar sistem perbankan Indonesia yang bersifat menyeluruh dengan visi mencapai suatu sistem perbankan yang sehat, kuat dan efisien guna menciptakan kestabilan sistem keuangan dalam rangka membantu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.<sup>2</sup>

Pada saat ini, perkembangan perbankan syariah sebagai bagian dari aplikasi sistem ekonomi syariah di Indonesia telah memasuki babak baru. Pertumbuhan industri perbankan syariah telah bertransformasi, dari sekedar memperkenalkan suatu alternatif suatu perbankan syariah, menjadi bagaimana bank syariah menempatkan posisinya sebagai pemain utama dalam perkembangan ekonomi di tanah air. Bank syariah memiliki potensi besar untuk menjadi pilihan utama dan pertama bagi nasabah dalam pilihan transaksi mereka. Hal itu ditunjukkan dengan akselerasi pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Selain memiliki fungsi untuk menjadi jembatan antara pihak yang memiliki kelebihan dengan pihak yang membutuhkan dana, Bank Syariah secara keseluruhan juga mempunyai fungsi amanah. Maka dalam menjaga fungsi

---

<sup>2</sup> Muhammad Ghafur, *Potret Perbankan Syariah Indonesia Terkini* (Yogyakarta: Biruni Press, 2007), h. 27-28.

amanah tersebut, perlu adanya sebuah pengawasan yang ketat terhadap setiap individu yang terlibat didalam kegiatan perbankan melalui motivasi keagamaan dan pengawasan melalui sistem kelembagaan.<sup>3</sup>

Seiring tumbuh kembangnya bank syariah di Indonesia, pergolakan persaingan di antara para pegiat bank syariah yang semakin melonjak menjadikan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh suatu bank semakin tidak berkelanjutan. Dengan demikian maka sebuah bank harus melaksanakan berbagai upaya dalam hal pembaruan terkini yang tiada akhir demi dapat menjadi pemain utama pada ranah tertentu, sehingga dapat menjadi panutan utama para *customer* yang akhirnya akan memberi kepuasan bahkan loyalitas yang tinggi. Karena itu, sebuah bank syariah diharuskan untuk memiliki sebuah sistem marketing yang teruji terpercaya.

Dalam sistem perbankan, pemasaran memiliki pengertian sebagai serangkaian proses sosial dan manajerial yang terdiri atas individu dan kelompok untuk mendapatkan sesuatu dibutuhkan dan inginkan dengan cara melakukan penawaran, dan pertukaran suatu jasa yang bernilai terhadap pihak lain. Perusahaan berupaya untuk menghasilkan keuntungan dari produk jasa yang diciptakan sesuai dengan tujuan dan cita-cita perusahaan. Menurut William J. Stanton, pemasaran merupakan seperangkat sistem dalam interaksi bisnis yang ditujukan untuk merencanakan sesuatu, menentukan besaran harga, mempromosikan produk, serta mendistribusikan suatu barang atau jasa yang dapat

---

<sup>3</sup> Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (Bamui & Takaful) di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), h.45.

memuaskan seluruh kebutuhan nasabah.<sup>4</sup>

Sistem pemasaran sangat penting dilakukan dalam rangka memenuhi suatu kebutuhan maupun keinginan masyarakat terhadap suatu produk maupun jasa. Pemasaran akan menjadi sesuatu yang semakin penting akibat semakin meningkatnya pola pengetahuan masyarakat. Sistem pemasaran juga bisa dilaksanakan dalam rangka melakukan persaingan lembaga dari waktu ke waktu yang semakin meningkat pula. Hingga akhirnya, para pesaing ini justru akan semakin gencar dalam melakukan usaha pemasaran untuk memasarkan produknya.

Selama menjalankan strategi pemasaran produknya, bank diharapkan agar dapat terus memantau dan mengetahui setiap gerak gerik para pesaingnya. Bank harus dapat mencari segala informasi dan kondisi lembaga mengenai kegiatan para pesaing. Tujuannya semata-mata adalah supaya bank mengetahui apa saja keistimewaan dan keunggulan para pesaing, dan juga mengukur bidang apa dan dimana saja letak kelemahan dan kekurangan para pesaing. Dengan demikian, setelah mengetahui keunggulan dan kelemahan para pesaing, maka selanjutnya tiap-tiap perusahaan dapat dengan mudah melakukan berbagai strategi dan serangan terhadap kekurangan dan kelemahan para pesaing dan dapat berupaya untuk menrapkan strategi pertahanan jika tiba-tiba terjadi penyerangan balik dari para pesaingnya.<sup>5</sup> Lembaga perbankan syariah sebagai suatu badan pelaku bisnis, selama beberapa tahun terakhir ini tidak berhenti untuk terus berkompetisi dan berlomba dalam membuat nasabahnya untuk selalu setia terhadap seluruh

---

<sup>4</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 115-116.

<sup>5</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h.228.

produknya dan tidak beralih untuk menggunakan produk lain. Strategi yang menjadi pentolan diyakini dalam pemasaran produk perbankan saat ini untuk membuat kesetiaan para nasabah adalah dengan menciptakan suatu sistem pelayanan yang senantiasa mengarah kepada kepuasan para nasabah maupun pelanggan.<sup>6</sup>

Demikian pula halnya dengan Bank Syariah Mandiri yang ada di Kota Langsa. Sebagai salah satu perbankan yang mengedepankan prinsip syariah di bumi serambi mekkah ini tentunya juga memiliki tujuan dan strategi pemasaran tertentu dalam mempromosikan produk-produknya pada masyarakat luas. Salah satunya yaitu produk pembiayaan murabahah yang menjadi salah satu produk unggulan Bank syariah Mandiri hingga saat ini.

Produk murabahah yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri selalu menjadi prioritas utama setiap pegawainya dalam melakukan pemasaran produk. Karena sistem pembiayaan murabahah yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri ini diklaim memiliki banyak keunggulan serta keuntungan yang dapat dinikmati oleh para nasabahnya. Ditambah lagi bahwa produk pembiayaan murabahah ini merupakan sesuatu yang sangat banyak dibutuhkan oleh setiap lapisan masyarakat. Termasuk para anggota polisi yang memiliki segudang kebutuhan hidup. Baik untuk investasi masa depan maupun pembiayaan modal usaha lainnya. Produk murabahah ini dirasa cukup komplit dalam menyajikan solusi pembiayaan yang diinginkan. Termasuk anggota Polres Langsa yang senantiasa membutuhkan transaksi perbankan dalam beberapa kebutuhannya.

---

<sup>6</sup> *Ibid...*, h. 110.

Padahal jauh sebelum Bank Syariah Mandiri hadir di Kota Langsa, anggota Polres Langsa sudah lebih dahulu mengenal koperasi sebagai lembaga simpan pinjam yang menjadi rujukan dalam pembiayaan usaha. Namun hal ini perlahan tergeser semenjak hadirnya sistem Bank Syariah yang ditetapkan di Kota Langsa. Perbandingan mengenai penghimpunan dana antara Koperasi Simpan Pinjam dengan Jasa Keuangan Bank Syariah memiliki persamaan dalam yang terdapat pada tabungan dan simpanan berjangka dimana pihak yang melakukan kegiatan tersebut sama, yaitu anggota, calon anggota, koperasi lain dan atau anggotanya. Objeknya juga sama yaitu uang. Secara teknis hampir sama, yang membedakan adalah sistem mengambil keuntungannya. Dimana Koperasi Simpan Pinjam memakai sistem bunga sedangkan Jasa Keuangan Bank Syariah memakai sistem bagi hasil. Pemberian Bunga pada Koperasi Simpan Pinjam telah diperjanjikan di awal dan besarnya bunga diperjanjikan di awal, perhitungan bunga simpanan menggunakan accural basis dimana pembayaran bunga simpanan dilakukan setiap bulan dan seluruh pembayaran bunga dikreditkan secara langsung ke dalam masing-masing rekening simpanan koperasi yang bersangkutan. Sedangkan pada Jasa Keuangan Bank Syariah pemberian bonus atau bagi hasil tidak boleh diperjanjikan di awal dan besarnya tergantung dari kebijakan sesuai pendapatannya.

Anggota polisi yang berada di Polres Langsa sejauh ini memiliki kerja sama yang cukup erat dengan Bank Syariah Mandiri baik dari segi financial anggota maupun dukungan kegiatan Polres Langsa lainnya. Walaupun jauh sebelumnya para anggota Polres Langsa telah lebih dahulu menggunakan Bank konvensional

dalam transaksi perbankan, namun tidak menutup kemungkinan bahwa segala strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri mampu menarik dan memikat para anggota Polres Langsa untuk beralih dan menggunakan produk-produk yang ditawarkan, termasuk produk pembiayaan murabahah yang menjadi salah satu produk unggulan dari Bank Syariah Mandiri. Sejauh ini juga tercatat cukup banyak anggota Polres Langsa yang telah menjadi nasabah setia Bank Syariah Mandiri sejak jauh-jauh hari, baik dalam hal pembiayaan maupun pendanaan dalam sistem perbankan di Bank Syariah Mandiri cabang Langsa.

Untuk itulah, berdasarkan uraian tersebut diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dalam bentuk skripsi dengan mengangkat judul **“Strategi Bank Syariah Mandiri Periode Tahun 2020 Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa”**.

## **B. Batasan Masalah**

Agar kajian dalam penelitian ini tidak melebar dan fokus pada suatu permasalahan serta dapat dipahami secara baik dan benar sebagaimana yang diharapkan. Maka dalam hal ini, peneliti membatasi penelitian ini pada bahasan mengenai Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa.

Namun dalam pelaksanaan penelitian, terjadi perubahan status secara masif terhadap seluruh Bank Syariah yang ada di Indonesia pada awal tahun 2021. Dimana seluruh Bank Syariah yang ada di Indonesia secara keseluruhan bersatu dalam satu payung perusahaan dengan nama “Bank Syariah Indonesia”. Maka dari



pada itu, dalam proses pengumpulan data yang peneliti lakukan pada akhir penelitian sedikit bergeser dari Bank Syariah Mandiri kepada Bank Syariah Indonesia. Namun tetap pada kantor cabang yang sama, sehingga sistem manajerialnya pun tidak banyak yang berubah.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka yang akan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apa saja hambatan Bank Mandiri Syariah dalam menawarkan produk pembiayaan Murabahah kepada anggota Polres Langsa?
2. Bagaimana Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa?

### **D. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa.
2. Untuk mengetahui hambatan Bank Mandiri Syariah dalam menawarkan produk pembiayaan Murabahah kepada anggota Polres Langsa

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat secara teoritis dan praktis dari penelitian ini, diharapkan berguna

untuk :

1. Teoritis

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perbankan syariah dan ekonomi Islam khususnya mengenai Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa melalui kegiatan penelitian sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam penelitian dan pengabdian masyarakat.

2. Praktis

Dengan diketahuinya permasalahan dalam memahami Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa yang kemudian pihak-pihak terkait khususnya lembaga perbankan syariah dapat lebih banyak memberikan edukasi kepada masyarakat baik melalui sosialisasi maupun hal lainnya

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Metodologi penelitian adalah proses, prinsip dan prosedur yang digunakan untuk mendekati masalah dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metode adalah suatu pendekatan jenis umum untuk mengkaji topik penelitian.<sup>7</sup> Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka peneliti membutuhkan kajian yang mendalam dengan latar yang wajar. Maka dari itu adapun pendekatan penelitian

---

<sup>7</sup> Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hal. 121

yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah dengan menggunakan suatu pendekatan kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti sangat berperan sebagai instrumen kunci atau alat penelitian yang utama.

Sedangkan jenis penelitian yang nantinya akan digunakan dalam melaksanakan penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu jenis penelitian lapangan yang dilakukan secara langsung dengan cara menjadikan suatu penelitian sebagai salah satu sumber atau cara untuk mendapatkan semua data-data, maupun informasi, dan laporan yang berkenaan dengan kebutuhan yang akan dijabarkan dalam penulisan penelitian ini.<sup>8</sup>

## **2. Sumber Data**

Sumber data merupakan suatu subjek sasaran dari mana data penelitian dapat diperoleh. Apabila penelitian tersebut menggunakan teknik kuesioner atau wawancara dalam hal mengumpulkan datanya penelitiannya, maka subjek yang akan menjadi sumber data dalam penelitian tersebut akan disebut sebagai responden. Responden adalah setiap orang yang akan merespon atau memberikan jawaban atas setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti, baik lisan maupun tulisan. Adapun subjek atau sumber data dalam penelitian terbagi atas 2 bagian, yaitu:

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 9

- a. Data primer atau data utama, merupakan suatu sumber data utama yang dapat diperoleh langsung melalui objek penelitian yang dibutuhkan terhadap penelitian tersebut. Data primer merupakan data yang dapat diperoleh melalui seorang responden yang dirasa sangat memahami secara keseluruhan dan terhadap fokus permasalahan yang akan diteliti. Maka dalam penelitian ini yang menjadi sumber data utama adalah Kepala Bank Syariah Mandiri Langsa, Kepala Bagian Pemasaran, Staf Bagian Pemasaran dan para anggota Polres Langsa serta pihak-pihak lainnya yang penulis anggap bisa menjadi informan yang tepat dalam penelitian ini.
- b. Data Sekunder atau data pendukung adalah bahan tambahan dalam penelitian yang berasal dari berbagai sumber tertulis.<sup>9</sup> Adapun dalam melaksanakan penelitian ini, maka peneliti menggunakan berbagai buku-buku yang sesuai dan relevan dari berbagai perpustakaan serta beberapa dokumen dari Bank Mandiri Syariah serta Polres Langsa untuk melengkapi data yang telah ditemukan dilapangan.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam proses penelitian merupakan serangkaian langkah strategis yang digunakan dalam kegiatan penelitian karena fokus utama dari sebuah kegiatan penelitian adalah mendapatkan data penelitian. Adapun dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan digunakan antara lain adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

---

<sup>9</sup>Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988), hal. 63

#### a. Observasi

Metode observasi merupakan sebuah kegiatan dalam pemusatan perhatian terhadap suatu objek tertentu dengan menggunakan seluruh alat indra yang ada pada tubuh manusia, seperti penciuman, pendengaran dan penglihatan.<sup>10</sup> Metode observasi ini sangat memungkinkan peneliti untuk mengamati dari jarak dekat berbagai gejala yang akan diteliti.

Adapun hal-hal yang akan diobservasi dilapangan penelitian adalah segala macam kegiatan serta strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri dalam menawarkan pembiayaan murabahah pada anggota Polres Langsa. Hal ini penulis lakukan dalam upaya pengamatan mendalam seerta pemenuhan segala data yang diperlukan mengenai permasalahan yang akan penulis teliti.

#### b. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan dengan maksud tertentu.<sup>11</sup> Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara, yaitu memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan oleh si wawancara. Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari orang lain dengan mengajukan sejumlah pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Secara garis besar, wawancara dibagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. IX. (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), hal. 133

<sup>11</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), hal. 86

<sup>12</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Cv. Alfabeta, 2008), h. 64.

Adapun dalam penelitian ini penulis memilih wawancara dilakukan secara tidak terstruktur (*unstructured interview*) atau wawancara mendalam, namun tetap terfokus pada pokok permasalahan (*focused interview*). Maka wawancara yang penulis lakukan yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada informan dalam penelitian ini yaitu Kepala Bank Syariah Mandiri Langsa, Kepala Bagian Pemasaran, Dan Staf Bagian Pemasaran dan orang-orang yang berkaitan langsung serta berkompeten dengan objek penelitian untuk mendapatkan informasi mengenai Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa untuk kemudian penulis memperoleh jawaban atau keterangan sebagai data dalam penelitian ini.

#### c. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip buku, surat kabar dan majalah lain. Yang berfungsi menambah kevalidan dalam penelitian.<sup>13</sup> Peneliti menggunakan metode dokumentasi ini untuk memperoleh data tentang jumlah, nama dan sumber informasi mengenai segala hal yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisa data adalah serangkaian kegiatan mengolah seperangkat hasil, baik dalam bentuk pertemuan-pertemuan baru maupun dalam bentuk

---

<sup>13</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hal. 149

pembuktian kebenaran hipotesa. Jadi setelah data terkumpul dari lapangan maka tahap berikutnya masuk pada proses pengolahan data.

Adapun untuk pengecekan keabsahan data dan kebenaran suatu data, maka makna-makna yang muncul dari data tersebut harus diuji kebenarannya, kekokohan, dan kecocokan yang merupakan validitasnya.

Setelah seluruh data penelitian berhasil dikumpulkan dari lapangan, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan adalah proses menganalisis data. Analisis data dalam proses penelitian dapat dilakukan dengan menerapkan berbagai teknik. Salah satunya yaitu teknik deskriptif, atau dengan menggunakan tiga alur kegiatan yang dapat berlangsung secara bersamaan sekaligus, yaitu dengan sistem reduksi atau penyederhanaan data, pemaparan data, penarikan kesimpulan atau verifikasi data penelitian.<sup>14</sup>

## **5. Pengecekan Keabsahan Data**

Setelah seluruh data telah dikumpulkan maka tahap selanjutnya adalah pengecekan keabsahan data. Adapun untuk pengecekan keabsahan data dan kebenaran suatu data, maka makna-makna yang muncul dari data tersebut harus diuji kebenarannya, kekokohan dan kecocokannya yang merupakan validitasnya. Kebenaran dan kegunaan data akan menjadikan tidak jelas bila tanpa pengujian terhadap kebenaran, kekokohan dan kecocokan data tersebut. Karenanya menjadi sangat penting keabsahan terhadap data-data yang telah berhasil dikumpulkan.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, hal. 48

<sup>15</sup> Miles, M.B. Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metodemetode Baru*, Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Ruhidi, (Jakarta: UI Press, 1992), h. 122

Guna memperkuat keabsahan data maka perlu dilakukan sebuah sistem validasi dengan mempertimbangkan suatu kriteria/standar dalam teknik pemeriksaan dan keabsahan data, guna memperkuat keabsahan data, maka harus meninjau empat kriteria dasar,<sup>16</sup> yakni:

**a. Kredibilitas (*credibility*)**

Kredibilitas adalah suatu teknik untuk menjaga kepercayaan dalam proses penelitian artinya bahwa apa yang akan diamati harus sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya.<sup>17</sup> Teknik yang digunakan untuk mencapai kredibilitas ini dapat didasarkan pada pendapat moleong,<sup>18</sup> yakni:

- 1) Perpanjangan keikutsertaan. Dalam suatu penelitian berjenis kualitatif, keikutsertaan peneliti dalam proses pengumpulan data sangat dibutuhkan kehadirannya. Keikutsertaan dalam penelitian ini tidak dapat dilaksanakan dalam waktu yang terbatas dan singkat, untuk itu dibutuhkan perpanjangan waktu dengan durasi yang lama. Perpanjangan keikutsertaan berguna untuk melakukan pendeteksian dan perhitungan distorsi yang akan mengotori data serta untuk dapat membangun sebuah kepercayaan dari para subjek terhadap sang peneliti.
- 2) Ketekunan pengamatan, adalah sebuah proses penelitian bertujuan agar peneliti dapat menemukan sebuah unsur-unsur yang dianggap relevan dengan masalah yang akan dicari sehingga data yang diperoleh secara rinci.

---

<sup>16</sup>Moleong, *Metodologi*, hal. 324.

<sup>17</sup>Nasution, *Metode Penelitian Naturalistic Kualitatif*, (Bandung: Tarsito, 1998), hal. 34

<sup>18</sup>Moleong, *Metodologi*, hal. 327-328



- 3) Triangulasi, adalah sebuah proses penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dan sah sehingga sangat perlu untuk diuji dengan sumber atau metode penelitian yang lainnya.
- 4) Pengecekan sejawat, merupakan sebuah proses penelitian yang mana hasil sementara yang diperoleh dalam tahap pengamatan dipaparkan kepada para teman sejawat dalam sebuah forum diskusi.
- 5) Analisis kasus negatif adalah sebuah proses penelitian dengan cara mengumpulkan berbagai contoh dan kasus yang tidak sesuai dengan pola maupun kecenderungan informasi yang telah dikumpulkan dan digunakan sebagai bahan pembandingan.
- 6) Pengecekan setiap anggota yang terlibat dalam suatu proses pengumpulan data terhadap penelitian yang dilakukan.
- 7) Uraian rinci yang berhubungan dengan laporan penjabaran dari hasil penelitian.
- 8) *Auditing* sebuah proses penelitian untuk memeriksa adanya ketergantungan dan kepastian terhadap data yang diperoleh.

**b. Keteralihan (*transferability*)**

Kriteria ini merupakan suatu usaha untuk menghantarkan para pembaca laporan penelitian agar mendapat gambaran yang jelas terhadap latar belakang atau situasi yang bagaimana hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan/diberlakukan dalam sebuah karya ilmiah. Seorang pakar penelitian mengatakan, bahwa penelitian yang netral bergantung pada pemakai, yakni sampai dimana

hasil penelitian tersebut dapat dipergunakan dalam konteks dan situasi tertentu.<sup>19</sup> Jika pembaca dapat melihat adanya suatu kemungkinan yang selaras dalam penelitian tersebut dengan situasi yang sedang mereka hadapi saat ini, maka disinilah adanya letak pengiriman ilmu meskipun tidak ada dua situasi yang selalu sama persis dalam suatu waktu. Sehingga masih perlu adanya suatu penyesuaian berdasarkan keadaan masing-masing pihak, baik situasi maupun hasil penelitian yang telah telah diperoleh.

**c. Ketergantungan (*Dependability*)**

Peneliti mengusahakan sebuah sikap konsistensi dalam seluruh proses penelitian yang ada, agar dapat memenuhi standar kelayakan yang berlaku. Semua aktifitas yang dilakukan oleh peneliti harus ditinjau ulang dengan seksama terhadap data yang telah didapat dari hasil penelitian, dengan memperhatikan konsistensi dan reliabilitas data (keterwakilan). Adanya ketergantungan ini dimaksudkan untuk menguji sejauh mana kualitas dalam mengkonseptualisasikan penelitian tersebut. Mulai dari tahap pengumpulan data, analisa data, interpretasi terhadap temuan dan laporan yang diminta oleh pihak yang bersangkutan dalam permasalahan yang sedang diteliti.

**d. Kepastian (*Confirmability*)**

Data yang telah diperoleh dari hasil penelitian harus dapat dipastikan kebenarannya dengan seksama atau diakui oleh banyak orang, sehingga kualitas

---

<sup>19</sup>Nasution, *Metode Penelitian*, hal. 36.

data yang didapat bias diandalkan secara empiris. Ketegasan sebagai suatu proses akan mengacu pada hasil akhir sebuah penelitian.

Dalam mencapai ketegasan suatu penelitian terhadap data pendukungnya, peneliti menggunakan teknik pencocokan atau menyesuaikan temuan-temuan dalam penelitian dengan data yang telah diperoleh. Jika hasil konfirmasi menunjukkan bahwa data yang telah diperoleh sudah cukup koheren, tentu penelitian dipandang sudah memenuhi syarat atau standar karya ilmiah. Dan jika data tidak cukup koheren, maka tentu saja temuan penelitian tersebut masih dianggap kurang valid sehingga peneliti harus kembali kelapangan penelitian untuk mengumpulkan kembali berbagai data yang sesuai.

## **G. Penjelasan Istilah**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa istilah yang sering disebutkan.

Istilah-istilah tersebut adalah:

### **1. Strategi**

Strategi merupakan suatu rangkaian tindakan atau cara yang dilakukan oleh suatu organisasi, dalam rangka upaya organisasi itu untuk mencapai suatu kinerja yang baik. Dengan demikian, istilah “strategi” dirumuskan sebagai suatu tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, bagaimana cara mengerjakannya, serta kepada siapa hal-hal tersebut pula dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami

mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai.<sup>20</sup>

Strategi adalah penetapan tujuan jangka panjang yang dasar dari suatu organisasi, dan pemilihan alternatif tindakan dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.

## 2. Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu lembaga perbankan syariah di Indonesia. Lembaga perbankan ini menjalankan sistem perbankan yang berbasis pada kaidah keuangan syariah. Berpayung sebagai anak perusahaan dari PT. Bank Mandiri (Persero) yang lahir pada tahun 1998.

## 3. Pembiayaan

Menurut M. Syafi'i Antonio, menjelaskan bahwa pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank yaitu pemberian fasilitas dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan *deficit unit*.<sup>21</sup>

Sedangkan menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan menyatakan “Pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil”.

## 4. Murabahah

---

<sup>20</sup> Sofian Assauri, *Strategi Management: Sustainable Competitive Advantages* Cet. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 3.

<sup>21</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insane Press & Tazkia Institute, 2001), h. 150.

Secara bahasa, kata *murabahah* berasal dari bahasa Arab yaitu *riḥh* (حبر) yang artinya “keuntungan”. Kamus Ali Mutahar juga menjelaskan bahwa, kata *murabahah* dalam Bahasa Arab adalah *murabahah* (مُرَابَاة) asal kata dari isim masdar حبر yang artinya keuntungan atau laba. Jadi, pada dasarnya *murabahah* secara bahasa yaitu keuntungan atau laba.<sup>22</sup>

## H. Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang dalam mengkaji dan menganalisa tentang Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa, maka penulis mengambil dan menelaah dari beberapa penelitian skripsi terdahulu yang mendukung, diantaranya adalah:

1. Penelitian Aziyah Sholaemah, Tugas Akhir, Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Fakultas Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga, berjudul “*Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banyumanik Semarang*”, penelitian tersebut mengkaji dan menjawab permasalahan mengenai bagaimana Prosedur pemberian Pembiayaan *Murabahah* pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu. Adapun hasil penelitian didapatkan bahwa strategi pemasaran produk pembiayaan *murabahah* yang diterapkan Bank Syariah Mandiri KCP Banyumanik dengan cara promosi, *door to door*/jemput bola, referensi dari teman, nasabah yang *Top Up*, para

---

<sup>22</sup> Ali Mutahar, *Kamus Arab Indonesia*, ( Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi, 2005), h. 552.

*marketing* harus menguasai produk yang ditawarkan, serta strategi *personal selling*.

2. Nawiyatul Hikmah, pada Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Islam di IAIN Purwokerto, yang berjudul “*Strategi Bank Syariah Purwokerto dalam menawarkan produk murabahah bagi masyarakat pedagang di Desa Krangklesem*”. Penelitian tersebut mengkaji dan memfokuskan penelitiannya pada strategi pemasaran produk murabahah bagi para pedagang. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penilitian ini merupakan pendekatan penilitian kualitatif. Sehingga segala data yang ditemukan dapat dijabarkan dengan metode analisis deskriptif. Sedangkan objek penelitian hanya difokuskan pada beberapa pegawai Bank serta pedagang di sekitar Desa Karangklesem
3. Penelitian Syaiful Bahri, tugas akhir mahasiswa Jurusan Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIn Ar-Raniry Banda Aceh yang berjudul “*Strategi Pembiayaan Murabahah Bank Aceh dalam meningkatkan minat nasabah Kota Banda Aceh*.” Penelitian tersebut mengkaji dan menjawab permasalahan mengenai bagaimana Bank Aceh Syariah memanfaatkan produk murabahah sebagai salah satu produk unggulan yang dapat meningkatkan minat nasabahnya untuk menjadi nasabah setia di Bank Aceh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara sehingga data yang dikumpulkan lebih valid dan dapat diuji keabsahannya.

4. Penelitian Noer Fadillah, mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2015, dengan judul “*Analisis pembiayaan mudharabah dan murabahah terhadap laba Bank Syariah Mandiri*”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pembiayaan mudharabah dan murabahah terhadap laba pada Bank Syariah Mandiri. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan. Teknik analisis menggunakan regresi linier.
5. Penelitian Ela Chalifah dan Amirus Sodiq, dengan judul “Pengaruh Pendapatan Mudharabah Dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas (Roa) Bank Syariah Mandiri Periode 2006-2014.” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan Mudharabah dan Musyarakah untuk tingkat profitabilitas (ROA) Bank Syariah Mandiri secara parsial maupun simultan. Jenis dan penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan nonprobability dengan metode purposive sampling. Dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diambil dari instansi resmi yang bersangkutan. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa variabel pendapatan Mudharaba berpengaruh positif dan signifikan terhadap RoA.
6. Shindy Marcela Nasir dan Siswadi Sululing, dalam jurnal Akutansi Universitas Tarumanegara, yang mengangkat judul “Penerapan Akutansi Murabahah Terhadap Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Luwuk”. Penelitian ini termasuk jenis

penelitian terapan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi dan kepustakaan. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder serta metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa pembiayaan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) pada Bank Syariah Mandiri Cabang Luwuk telah sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Nomor 102 tentang Akuntansi Murabahah. Di dalam pelaksanaan pembiayaan murabahah, Bank Syariah Mandiri Cabang Luwuk bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli.

7. Nurjanah Nurjanah IAIN Purwokerto, dalam tugas akhir mahasiswa yang berjudul *“Strategi Penyelamatan Pembiayaan Bermasalah Pada Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto”*. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa Pihak perbankan syariah dituntut untuk memiliki strategi dalam menangani pembiayaan bermasalah. Merujuk pada data NPF Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto pada tahun 2013 (4,2%), 2014 (3,2%), dan 2015 ((3,8%), diketahui bahwa nilai NPFnya mengalami penurunan (dinilai baik). Walaupun pada tahun 2015 meningkat sebesar 0,6%, tetapi hal ini masih dinilai baik karena masih di bawah standar maksimal nilai NPF yang ditetapkan oleh BI (5%).
8. Ratna, dalam jurnal Econosy melakukan penelitian berjudul *“Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Mandiri”*. Adapun hasil penelitian dari akjian ini menyatakan bahwa Manajemen strategi sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan guna merencanakan



bagaimanasuatu perusahaan akan berjalan ditengah persaingan pasar yang semakin banyak. Dalam hal pemasaran strategi juga diperlukan untuk tetap menjaga minat beli nasabah atas produk yang kita tawarkan. Dalam perbankan syariah dikenal istilah pembiayaan atau financing yakni pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.

9. Irma Yuliani dengan judul penelitian *“Strategi Dan Implementasi Pembiayaan Kepemilikan Rumah Dengan Akad Murabahah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Samarinda.”* Penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi dengan narasumber manajemen/pihak bank terkait. Penelitian ini menggunakan Analisis Miles And Hubberman. Hasil penelitian, ditemukan bahwa BSM menentukan segmentasi produk Griya BSM berdasarkan segmentasi demografi yang didasarkan pada tingkat pendapatan dan tingkat pekerjaan. Penetapan target pasar pada produk BSM Griya, melalui dua kategori yaitu pegawai tetap seperti PNS dan pekerjaan profesional seperti dokter atau yang setara. Positioning produk Griya BSM di benak konsumen adalah brand syariah itu sendiri, cicilan flat, kecepatan dan ketepatan proses, serta biaya yang dikeluarkan nasabah lebih sedikit dibandingkan pembiayaan rumah konvensional.
10. Tengku Mastulen, *“Strategi Pemasaran Pembiayaan Griya Dengan Akad Murabahah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu*

Medan Padang Bulan”. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Metode yang dilakukan penulis menggunakan penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan ilmiah dengan mengambil lokasi penelitian di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Padang Bulan dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara. Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Padang Bulan.

Melihat dari penjelasan dan hasil penelitian dengan objek kajian yang dilakukan pada penelitian diatas terdapat kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu pada melihat dari sisi Strategi yang dilakukan untuk memasarkan produk-produk yang dimiliki pada Bank masing-masing, sedangkan perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu penulis lebih melihat dari sisi yang lebih khusus yaitu pada Strategi Bank dalam menawarkan produk Murabahah kepada Anggota Polisi Polres Langsa, serta penelitian ini tentunya berbeda dengan penelitian diatas karena subjek dan tempat penelitiannya terfokus pada Bank Syariah Mandiri serta para Anggota Polres Langsa.

## **I. Sitematika Penulisan**

Untuk memperoleh gambaran secara utuh mengenai apa yang akan dibahas, skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

Bab Pertama, merupakan Pendahuluan yang berisi terdiri dari beberapa sub bab yaitu tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah,

tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah, studi pustaka, dan sistematika penulisan.

Bab Kedua, menguraikan landasan teoritis yang akan digunakan sebagai dasar untuk membahas hasil penelitian. Landasan teoritis terdiri dari beberapa sub bab yaitu, dalam bab ini dibahas Tinjauan tentang Strategi, Tinjauan tentang Bank Syariah serta Tinjauan tentang Pembiayaan Murabahah.

Bab Ketiga, merupakan Metodologi penelitian yang berisi terdiri dari beberapa sub bab yaitu tentang, jenis penelitian, Pendekatan Penelitian, Metode Penelitian sumber data penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab Keempat, merupakan Hasil Penelitian dan Pembahasan yang berisi terdiri dari beberapa sub bab yaitu tentang Gambaran Umum Lokasi Penelitian, Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Pembiayaan Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa serta segala hambatan yang dialami Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan produk Murabahah.

Bab Kelima, merupakan Penutup, pada bab ini dipaparkan mengenai kesimpulan serta saran-saran yang dipandang perlu.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Strategi Marketing

##### 1. Pengertian Strategi

Istilah Strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratos* = militer, dan *ag*= memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Konsep ini relevan dengan situasi pada zaman dulu yang sering diwarnai perang, di mana jenderal dibutuhkan untuk memimpin suatu angkatan perang agar dapat selalu memenangkan perang. Strategi juga bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>23</sup>

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), *strategi*, adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara Eksplisit, *strategi* adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran. Intinya, *strategi* adalah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), h. 3

<sup>24</sup> Djoko Mulyono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 15

Strategi *Think-pair-share* adalah suatu strategi sederhana, tetapi bermanfaat yang dikembangkan oleh Frank Lyman dari University of Maryland. Ketika guru menyampaikan pelajaran kepada para siswa di kelas, para siswa duduk berpasangan dengan timnya masing-masing. Guru memberikan pertanyaan kepada kelas. Siswa diminta memikirkan sebuah jawaban dari mereka sendiri, lalu berpasangan dengan pasangannya untuk mencapai sebuah kesepakatan terhadap jawaban. Akhirnya, guru meminta para siswa untuk berbagi jawaban yang telah mereka sepakati dengan seluruh kelas. Strategi *Think-Pare-Share* merupakan suatu teknik sederhana untuk dapat meningkatkan kemampuan siswa dalam semua aspek keterampilan berbahasa, yakni menyimak (mendengar), berbicara, membaca dan menulis. Cara ini memberikan waktu kepada siswa untuk berpikir terlebih dahulu tentang sebuah jawaban dan pengetahuan yang telah dipelajarinya sebelumnya. *Think-Pare-Share* bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam berkomunikasi secara lisan dengan cara mendiskusikan gagasannya kepada temannya yang lain.<sup>25</sup>

## **2. Pengetian *Marketing* (pemasaran)**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.<sup>26</sup> Salah satu dari definisi *marketing* atau pemasaran terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara

---

<sup>25</sup> Aninditya Sri Nugraheni, *Penerapan Strategi Cooperative Learning*, (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2012), h. 207-208

<sup>26</sup> Mulyadi Nitisysastro, *Prilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 1

menguntungkan. Didefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain.<sup>27</sup>

Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dapat dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Para pesaing justru semakin gencar melakukan usaha pemasaran dalam rangka memasarkan produknya. Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.

Kegiatan pemasaran sebelumnya hanya dilakukan oleh perusahaan yang berorientasi profit saja, namun dewasa ini kegiatan pemasaran tidak hanya monopoli perusahaan yang berorientasi profit, bahkan usaha sosial pun sudah mulai menggunakan pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Abdul Hamid dan Irham Fahmi, *Pengantar Manajemen Strategis*, (Langsa: Percetakan Data Printing, 2015), h. 76.

<sup>28</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 59-60.

Ada banyak definisi tentang strategi pemasaran. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel –variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran. Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecah atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran) untuk mealayani pasar sasaran.

Dalam aplikasi manajemen strategi pemasaran ada suatu sisi yang perlu diperhatikan yaitu budaya. Bahwa perusahaan-perusahaan besar ternyata telah menjadikan budaya sebagai catatan penting dalam penciptaan dan pemasaran produk mereka. Dalam persoalan warna saja itu telah menjadi salah satu factor yang mempengaruhi keputusan perilaku pembelian konsumen. Rencana pemasaran adalah instrumen sentral untuk mengarahkan dan mengoordinasikan usaha pemasaran. Rencana pemasaran beroperasi pada dua level, stratejik dan taktis. Rencana pemasaran stratejik membentangkan pasar sasaran dan proses nilai yang akan ditawarkan, berdasarkan pada suatu analisis peluang pasar terbaik. Rencana pemasaran taktis menspesifikasikan taktik pasar, termasuk fitur produk, promosi, perdagangan, penetapan harga, saluran penjualan, dan layanan.<sup>29</sup> Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan

---

<sup>29</sup> Abdul Hamid dan Irham Fahmi, *Pengantar Manajemen...*, h. 76-78.

bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai (*value creating activities*) yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada *akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam*.

Pemasaran dalam *fiqih islam* disebut wakalah atau perwakilan, wakalah atau wikalah yang berarti penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandat. Wakalah dapat juga didefinisikan sebagai penyerahan dari seseorang (pihak pertama/pemberi perwakilan) apa yang boleh dilakukan sendiri dan dapat diwakilkannya kepada yang lain (pihak kedua) untuk melakukannya semasa ia (pihak pertama) masih hidup.<sup>30</sup>

Menurut pendapat M. Syakir Sula, pemasaran syariah merupakan sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholder-nya* dan dalam keseluruhan proses sesuai dengan *akad* serta prinsip-prinsip *muamalah* dalam islam.<sup>31</sup> Allah mengingatkan agar senantiasa menghindari perbuatan *zalim* dalam berbisnis termasuk dalam proses penciptaan, penawaran, dan proses perubahan nilai dalam pemasaran, sebagaimana firman Allah dalam surat Shaad ayat 24:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالٍ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَتَهُ فَاسْتَعَفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Artinya : “Dawud berkata: sesungguhnya dia telah telah berbuat zhalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada

<sup>30</sup> Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, (Jakarta: Grasindo, 2007), h. 1.

<sup>31</sup> *Ibid...*, h. 2.



kambingnya. Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zhalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang sholeh, dan sedikitlah mereka ini. Dan Dawud mengetahui bahwa kami mengujinya, maka ia meminta ampun kepada Tuhan-Nya lalu menyungkur sujud dan bertobat”. (QS. Shaad : 24).<sup>32</sup>

Syaikh Dr. Muhammad Sulaiman Al Asyqar, mudarris tafsir Universitas Islam Madinah, dalam kitab Zubdatut Tafsir Min Fathil Qadir menafsirkan ayat tersebut sebagai berikut:

“Dawud berkata: Saudaramu telah mendholimimu, atas permintaannya itu. Sesungguhnya kebanyakan orang yang kerjasama dalam harta, biasanya saling menyalahi satu sama lain. Kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh. Mereka tidak akan mendholimi siapapun, namun mereka sedikit sekali. Huruf ma berfungsi untuk menekankan jumlah yang sedikit. Daud pun tahu, bahwa Kami telah mengujinya atas kejadian yang mendadak dalam memberi keputusan ini. Yaitu takut kepada manusia, padahal Daud bertanggung jawab di depan tuhanNya, berbeda dengan kakeknya Ibrahim yang tidak terpengaruh dengan manusia. Sehingga Dawud memohon ampun kepada tuhanNya atas dosa dan prasangka buruknya kepada kedua orang yang mendatangnya akan membunuhnya, karena dia merasa sendirian di mihrab/kamarnya. Sehingga dia langsung tersungkur bersujud dan bertaubat kepada Allah dan kembali kepada ketaatan”

Dalam bahasa syariah, spritual *marketing* adalah tingkatan pemasaran yang karena di dalam keseluruhan prosesnya tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah (bisnis syariah), ia mengandung nilai-nilai ibadah, yang menjadikannya berada pada puncak tertinggi dalam pemasaran atau muamalah. Hal ini adalah refleksi dari ikrar seorang muslim ketika ia beribadah, “*Qull inna shalati wanusuki wamayahya wamamati lillahi rabbil-amin*” (Ya Allah, aku

---

<sup>32</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV. Penerbit JART, 2004), h. 454.

berikrar, sesungguhnya shalatku, ibadahku, hidupku, dan matiku hanya untuk Allah semata).

Selain itu, dalam syariah *marketing*, bisnis yang disertai keihlasan sematamata hanya untuk mencari keridhaan Allah, maka seluruh bentuk transaksinya insyaAllah menjadi ibadah di hadapan Allah SWT. Ini akan menjadi bibit dan modal dasar baginya untuk tumbuh menjadi bisnis yang besar, yang memiliki *spritual brand*, yang memiliki karisma, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi.<sup>33</sup>

### 3. Strategi Marketing Bank Syariah

Dalam sistem manajemen marketing terdapat berbagai strategi yang dapat diaplikasikan dalam proses pemasaran suatu barang atau jasa. Adapun yang sering ditemukan dalam pembahasan mengenai pemasaran adalah strategi bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan. Variable tersebut antara lain, *product, price, promotion, dan place*, atau dikenal pula dengan istilah 4P. Bauran pemasaran juga digambarkan sebagai suatu perangkat pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran dalam target pasarnya.

Berikut penjelasan mengenai perangkat bauran pemasaran.

#### a. Product (Produk)

---

<sup>33</sup> Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung : Mizan Pustaka, 2006), h. 7-8

Menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dalam konsep produk, dapat dijelaskan bahwa sebuah produk baik berupa barang atau jasa, membutuhkan pendekatan tertentu yang berorientasi pada konsumen. Dan jika gambaran tersebut sudah terlihat jelas, dalam arti konsumen dari produk tersebut siapa, dan menginginkan produk yang seperti apa, maka perusahaan dapat memproduksinya. Perlu dipahami, bahwa dalam sebuah produk berlaku siklus hidup. Maksudnya suatu produk akan berada dititik jenuh jika konsumen sudah terlalu lama memanfaatkan produk tersebut, atau ada produk lain yang lebih unggul. Maka dari itu, perusahaan harus menciptakan produk baru, atau menyempurnakan produk yang sudah ada agar tetap menjadi pilihan konsumen.

b. Price (harga)

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Hal ini dikarenakan harga berperan dalam laku atau tidaknya suatu produk atau jasa tersebut dijual. Menurut kasmir, terdapat tiga faktor penting yang mempengaruhi strategi harga, yaitu: Karakteristik konsumen, Karakteristik perusahaan, Karakteristik persaingan.

Dalam menetapkan harga produk, perusahaan harus memperhatikan tipe konsumen. Karena konsumen memiliki karakteristik yang berbeda – beda (heterogen), sehingga harus dikelompokkan terlebih dahulu kedalam kelompok konsumen dengan kepentingan yang sama (homogen). Disamping itu, terdapat pula jenis kelompok konsumen yang tidak mempermasalahkan besaran harga, dan jenis

kelompok konsumen yang cukup sensitif dengan harga suatu produk. Proses seperti ini dikenal dengan istilah segmenting dalam pemasaran.

c. Promotion (promosi)

Menurut Kasmir, bahwa cara untuk memberitahukan kepada masyarakat tentang produk atau jasa yang ditawarkan adalah melalui sarana promosi. Tujuan dari kegiatan promosi sendiri adalah konsumen, yaitu agar konsumen dapat mengetahui tentang suatu produk dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli atau memakai produk tersebut.

d. Place (tempat /saluran distribusi)

Aspek lokasi dalam strategi bauran pemasaran adalah tempat dimana proses jual beli suatu produk, barang atau jasa. Pemilihan lokasi yang tepat dan strategis berpengaruh pada tingkat kepercayaan konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak suatu produk. Lokasi sebaiknya memiliki akses jalan yang mudah dijangkau, atau dekat dengan instansi tertentu yang mudah dikenali oleh konsumen. Disamping lokasi yang strategis, unsur lain yang perlu diperhatikan pada aspek tempat dalam bauran pemasaran adalah jangkauan tempat pemasaran dengan konsumen. Pada dasarnya konsumen enggan melakukan transaksi apabila tempat terdapatnya produk tersebut jauh dari jangkauannya. Maka untuk mengatasi hal tersebut, pemasaran harus memiliki saluran distribusi yang efektif, seperti membuka kantor perwakilan baru atau pelayanan mobile untuk melayani konsumen yang jauh dari jangkauan.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 136.

## B. Tinjauan Tentang Bank Syari'ah.

### 1. Pengertian Bank Syari'ah.

Bank berasal dari kata *banque* (bahasa Perancis) dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang berarti peti / lemari atau bangku. Peti/ lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial, yaitu : *pertama*, menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman (*safe keeping function*), *kedua*, menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*).<sup>35</sup> Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.<sup>36</sup>

Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Edy Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan al-Quran dan hadits.<sup>37</sup> Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam maksudnya adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuanketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatankegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan

---

<sup>35</sup> M. Syafi'i Antonio, *Dasar- Dasar Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alfabeta, cet ke-4, 2006), h. 2.

<sup>36</sup> Suharso, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang : CV.Widya Karya, 2000), h. 75.

<sup>37</sup> EdyWibowo, *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, (Bogor: Ghalia Indonesia cet.I, 2005), h. 33.

atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau.

## **2. Dasar Hukum Bank Syariah**

Bank syariah secara yuridis normatif dan yuridis empiris diakui keberadaannya di Negara Indonesia. Pengakuan secara yuridis normatif tercatat dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, Sedangkan secara yuridis empiris, bank syariah diberi kesempatan dan peluang yang baik untuk berkembang di seluruh wilayah Indonesia. Upaya intensif pendirian bank syariah di Indonesia dapat ditelusuri sejak tahun 1988, yaitu pada saat pemerintah mengeluarkan Paket Kebijakan Oktober (Pakto) yang mengatur deregulasi industri perbankan di Indonesia, dan para ulama waktu itu telah berusaha mendirikan bank bebas bunga.<sup>38</sup>

Hubungan yang bersifat akomodatif antara masyarakat muslim dengan pemerintah telah memunculkan lembaga keuangan (bank syariah) yang dapat melayani transaksi kegiatan dengan bebas bunga. Kehadiran bank syariah pada perkembangannya telah mendapat pengaturan dalam sistem perbankan nasional. Pada tahun 1990, terdapat rekomendasi dari MUI untuk mendirikan bank syariah, tahun 1992 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan yang mengatur bunga dan bagi hasil. Dikeluarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang mengatur bank beroperasi secara ganda

---

<sup>38</sup> M. Syafi'i Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen...*, h. 6.

(*dual system bank*), dikeluarkan UU No. 23 Tahun 1999 yang mengatur kebijakan moneter yang didasarkan prinsip syariah, kemudian dikeluarkan Peraturan Bank Indonesia tahun 2001 yang mengatur kelembagaan dan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah, dan pada tahun 2008 dikeluarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah.<sup>39</sup> Pengaturan (regulasi) perbankan syariah bertujuan untuk menjamin kepastian hukum bagi *stakeholder* dan memberikan keyakinan kepada masyarakat luas dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

### 3. Produk-Produk Bank Syariah

Secara garis besar, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah terbagi menjadi tiga bagian besar, yaitu produk penghimpunan dana (*funding*), produk penyaluran dana (*financing*), dan produk jasa (*service*)<sup>40</sup>

#### a. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

##### 1) Tabungan

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik

---

<sup>39</sup> Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, *Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*, (Jakarta: 2011), h. 5.

<sup>40</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2002), h. 133.

dengan cek, bilyet giro atau yang dipersamakan dengan itu. Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid. Artinya, produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, tetapi bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil.

## 2) Deposito

Deposito menurut UU Perbankan Syariah No. 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/ atau Unit Usaha Syariah (UUS). Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu, dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan.

## 3) Giro

Giro menurut undang-undang perbankan syariah nomor 21 tahun 2008 adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindahbukuan. Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam



proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun tidak memberikan bagi hasil, pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarnya tidak ditentukan di awal, bergantung pada kebaikan pihak bank. Prinsip operasional bank syariah yang telah diterapkan secara luas dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadi'ah* dan *mudharabah*. Berikut ini penjelasannya :

a) Prinsip *Wadi'ah*

*Al-Wadi'ah* terbagi dua macam yaitu *al-wadi'ah yad al-Amanah* dan *alwadi'ah yad adh-Dhammah*. *Al-Wadi'ah Yad Al-Amanah* yaitu pihak yang menerima titipan tidak boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan, tetapi harus benar-benar menjaga keselamatan, keamanan serta keutuhan batang atau uang tersebut. Pihak penerima titipan dapat membebaskan biaya kepada penitip sebagai biaya penitipan. Sedangkan *al-wadi'ah yad adh-Dhammah* pihak yang menerima titipan boleh menggunakan dan memanfaatkan uang atau barang yang dititipkan. Tentunya pihak bank dalam hal ini mendapatkan bagi hasil dari pengguna dana. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik dana sebagai insentif untuk menarik dana masyarakat namun tidak boleh dijanjikan di muka.<sup>41</sup>

b) Prinsip *Mudharabah*

---

<sup>41</sup> M. Syafi'i Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*, (Yogyakarta: UII Press, 2001) h. 89.

Mudharabah merupakan prinsip bagi hasil dan bagi kerugian ketika nasabah pemilik modal (*shahibul maal*) menyerahkan uangnya kepada bank sebagai pengusaha (*mudharib*) untuk diusahakan.<sup>42</sup>

b. Produk Penyaluran Dana/ Pembiayaan (*financing*)

Produk-produk pembiayaan Bank Syariah ditujukan untuk menyalurkan investasi dan simpanan masyarakat ke sector riil dengan tujuan produktif. Dari sekian banyak produk pembiayaan bank syariah, tiga produk pembiayaan utama yang mendominasi portofolio pembiayaan bank syariah adalah pembiayaan dengan prinsip jual beli, pembiayaan dengan prinsip sewa, dan pembiayaan dengan prinsip bagi hasil. Pembiayaan atau financing adalah pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Secara garis besar, produk pembiayaan kepada nasabah yaitu sebagai berikut:

- 1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli.
  - a) Pembiayaan Murabahah

Murabahah berasal dari kata ribhu yang berarti keuntungan adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya.

---

<sup>42</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 117.

Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua belah pihak menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, murabahah lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan.<sup>43</sup>

Karakteristik pembiayaan murabahah yang biasa dipraktekkan oleh industri jasa keuangan syariah adalah sebagai berikut: pertama, akad yang digunakan dalam pembiayaan murabahah adalah akad jual beli. Kedua, harga yang ditetapkan oleh pihak penjual (bank syariah) tidak dipengaruhi oleh frekuensi waktu pembayaran. Ketiga, keuntungan dalam pembiayaan murabahah berbentuk margin penjualan yang sudah termasuk harga jual. Keempat, pembayara harag barang dilakukan secara tidak tunai. Kelima, dalam pembiayaan murabahah memungkinkan adanya jaminan, karena sifat dari pembiayaan murabahah merupakan jual beli yang pembayarannya tidak dilakukan secara tunai.

#### b) Pembiayaan Isthisna

Isthisna' adalah suatu kontrak pembelian dimana produk yang dibeli harus dibuat atau diadakan lebih dahulu, dengan pembayaran di muka,

---

<sup>43</sup> *Buku Saku Perbankan Syariah Bank Indonesia...*, h. 38

dicicil atau di akhir masa kontrak.<sup>44</sup> Skim Isthisna' dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.<sup>45</sup>

Seperti halnya praktik salam, secara praktis pelaksanaan kegiatan isthisna dalam perbankan syariah cenderung dilakukan dalam format isthisna' parallel. Hal ini dapat dipahami karena pertama, kegiatan isthisna oleh bank syariah merupakan akibat dari adanya permintaan barang tertentu oleh nasabah dan kedua bank syariah bukanlah produsen dari barang yang dimaksud.<sup>46</sup>

#### c) Pembiayaan Salam

Jual beli salam dalam bahasa Indonesia sering diterjemahkan sebagai jual beli pesanan. Secara terminologis, para ulama fiqih mendefinisikan salam dengan menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang cirri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan dikemudian hari.<sup>47</sup>

Bai' as-salam diartikan sebagai prinsip jual beli suatu barang tertentu antara pihak penjual dan pembeli sebesar harga pokok ditambah nilai keuntungan yang disepakati, dimana waktu penyerahan barang

---

<sup>44</sup> Makhalul Ilmi, *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*, (Yogyakarta : UII Press, 2002), h. 84.

<sup>45</sup> *Buku Saku Perbankan Syariah Bank Indonesia*, h. 40.

<sup>46</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Perbankan...*, h 227.

<sup>47</sup> AH. Azharuddin Latif, *Fiqih Mumalat*, (Jakarta : UIN Jakarta Press, 2005), h. 110

dilakukan dikemudian hari sementara penyerahan uang dilakukan di muka (Secara tunai).<sup>48</sup>

## 2) Pembiayaan Dengan Prinsip Sewa

### a) Ijarah

Ijarah merupakan akad yang objeknya adalah manfaat, bukan benda (al-'ain). Ulama malikiyah mendefinisikan ijarah sebagai pemilikan manfaat dengan suatu imbalan terhadap sesuatu yang dibolehkan dalam waktu tertentu.

### b) Ijarah Muntahiya Bittamlik (IMBT)

IMBT adalah transaksi ijarah yang diikuti dengan proses pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. Proses pemindahan kepemilikan barang dalam transaksi ini dapat dilakukan dengan cara:

1. Hibah, yaitu transaksi ijarah yang diakhiri dengan perpindahan kepemilikan barang dengan cara hibah dari pemilik objek sewa kepada penyewa.
2. *Promise to sell* (janji menjual), yaitu transaksi ijarah yang diikuti dengan janji menjual barang objek sewa dari pemilik objek sewa kepada penyewa dengan harta tertentu.

## 3) Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil

### a) Mudharabah

---

<sup>48</sup> Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta : Zikrul Hakim, 2007), h. 41

Mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan modal sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal, selama kerugian tersebut bukan akibat kelalaian pengelola.

Jenis-jenis Mudharabah:<sup>49</sup>

1. Mudharabah Mutlaqah, yaitu bentuk kerjasama antara shahibul Maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.
2. Mudharabah Muqayyadah, yaitu bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharib yang dibatasi dengan jenis usaha, waktu dan daerah bisnis oleh shahibul maal.

#### b) Musyarakah

Musyarakah dalam perbankan syariah merupakan sebuah mekanisme kerja (akumulasi antara pekerjaan dan modal) yang memberi manfaat kepada masyarakat luas dalam produksi barang maupun pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat. Kontrak Musyarakah dapat digunakan dalam berbagai macam lapangan usaha yang indikasinya bermuara untuk menghasilkan keuntungan (profit).

---

<sup>49</sup> M. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah...*, h. 173.

## C. Tinjauan Tentang *Murabahah*

### 1. Pengertian *Murabahah*

Secara bahasa, kata *murabahah* berasal dari bahasa Arab yaitu *ribh* yang artinya “keuntungan”. Kamus Ali Mutahar juga menjelaskan bahwa, kata *murabahah* dalam Bahasa Arab adalah *murabahah* yang artinya keuntungan atau laba.<sup>50</sup> Jadi, pada dasarnya *murabahah* secara bahasa yaitu keuntungan atau laba. Sedangkan menurut istilah, menurut Muhammad, *murabahah* merupakan jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang telah disepakati.<sup>51</sup> Menurut Syafi’i Antonio, secara istilah *murabahah* adalah jual beli barang dengan harga asal dengan tambahan harga keuntungan yang disepakati.<sup>52</sup> Istilah yang hampir sama juga diberikan oleh Hulwati yang menyatakan bahwa *murabahah* secara istilah adalah menjual suatu barang dengan harga modal ditambah dengan keuntungan.<sup>53</sup> Dalam Fatwa Dewan Syari’ah Nasional juga menjelaskan bahwa, *murabahah* adalah jual beli barang kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungannya.

### 2. Dasar Hukum *Murabahah*

---

<sup>50</sup> Ali Mutahar, *Kamus Arab Indonesia*, ( Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi, 2005), h. 552.

<sup>51</sup> Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari’ah*, (Yogyakarta: AMP YPKN, 2002), h. 75

<sup>52</sup> Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syari’ah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 101.

<sup>53</sup> Hulwati, *Ekonomi Islam Teori dan Praktiknya dalam Perdagangan Obligasi Syari’ah di Pasar Modal Indonesia dan Malaysia*, (Jakarta: Ciputat Press Group, 2009), h. 76.

Adapun dasar hukum dalam penerapan sistem *murabahah* terdapat dalam al-Qur'an berdasarkan Firman Allah QS. al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
 ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا ۖ إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ  
 فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ  
 فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (Al-Baqarah 275).<sup>54</sup>

Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid, Imam Masjidil Haram, dalam kitab Tafsir Al-Mukhtashar menafsirkan ayat tersebut sebagai berikut:

“Allah adalah penolong orang-orang yang beriman kepada-Nya dan rasul-Nya, mengeluarkan mereka dari kesesatan menuju petunjuk. Sedangkan orang-orang yang mendustakan Allah dan rasul-Nya akan dikuasai oleh setan, sehingga dapat mengeluarkan mereka dari cahaya iman menuju kegelapan kekafiran; mereka adalah orang-orang yang jauh dari rahmat Allah dan akan menjadi penghuni neraka selama-lamanya.”

Selanjutnya, dalam Al-Qur'an, surat An-Nisa' ayat 29 disebutkan bahwa:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا ۗ لَا تَأْكُلُوْا اٰمُوْلِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ اِلَّا ۚ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ  
 تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

<sup>54</sup> Al Qur'an dan Terjemahnya, Departemen Agama RI..., h. 48.



Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. Al-Nisa’ 29)<sup>55</sup>.

Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqih dan tafsir negeri Suriah dalam kitab Tafsir Al-Wajiz menafsirkan ayat tersebut sebagai berikut:

“Hai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu makan harta-harta kamu di antara kamu dengan bathil, kecuali adalah (atas jalan) perdagangan dengan ridha antara kamu, dan janganlah kamu bunuh diri kamu, karena sesungguhnya Allah itu adalah Penyayang kepada kamu”.

Dari penjelasan ayat-ayat Al-Qur’an diatas, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa, jual beli hukumnya adalah boleh, sedangkan ketidak bolehan hukum Islam terjadi adanya *riba*. Karena Allah telah mengharamkan memakan harta orang lain dengan cara batil, baik karena ada unsur *riba* atau yang lainnya yang tidak diperbolehkan dalam Syariah. Dan segala transaksi yang didasari faktor saling meridhai adalah boleh, kecuali jika terdapat ajaran Syariat.

### 3. Rukun dan Syarat *Murabahah*

Perjanjian jual beli *murabahah* merupakan perbuatan hukum terjadinya peralihan hak atas suatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli, maka dengan sendirinya dalam perbuatan hukum harus dipenuhi syarat dan rukun jual beli *murabahah*. Adapun Rukun *Murabahah* sebagai berikut:

---

<sup>55</sup> *Ibid...*, h. 71.

- a. Pelaku akad, yaitu *bai'* (penjual) adalah pihak yang memiliki barang untuk dijual, dan *musytary* (pembeli) adalah pihak yang memerlukan dan akan membeli barang.
- b. Objek akad, yaitu *mabi* (barang dagangan) dan *tsaman* (harga).
- c. *Shighat*, (*ijab* dan *qabul*). Yaitu, ungkapan yang dilontarkan oleh orang yang melakukan akad untuk menunjukkan keinginannya, serta mengandung serah terima.<sup>56</sup>

Menurut Muhammad Syafi'i Antonio dalam bukunya yang berjudul *Bank Syari'ah: dari teori ke praktek*, di samping harus memenuhi rukun jual beli, ada syarat yang harus dipenuhi supaya menjadi sah sehingga tidak terjadi rusak pada akad tersebut. Adapun syarat-syarat Syarat *Murabahah* sebagai berikut:

1. Penjual memberitahu biaya modal kepada nasabah,
2. Kontrak pertama harus sah sesuai dengan rukun yang diterapkan,
3. Kontrak harus bebas dari riba,
4. Penjual harus menjelaskan kepada pembeli bila terjadi cacat atas barang sesudah pembelian,
5. Penjual harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian dilakukan secara utang. Jadi, disini terlihat adanya unsur keterbukaan.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Siti Zulaikha dan Handayani, *Aplikasi Konsep Akad Murabahah Pada BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo Lampung Tengah*, Dalam Jurnal Hukum dan Ekonomi Syari'ah, Vol. 02, Nomor. 1, Mei 2014, h. 42.

<sup>57</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah...*, h. 102.

Dengan terpenuhinya syarat dan rukun tersebut di atas, dalam setiap transaksi perbankan Syariah, maka kegiatan tersebut dinyatakan sah karena perikatan telah dilakukan sesuai dengan Syariah.

#### 4. Jenis-jenis *Murabahah*

Berdasarkan jenisnya *murabahah* terbagi menjadi dua yaitu:

1. *Murabahah* dengan Pesanan (*murabahah to the purchase order*).

Dalam *murabahah* jenis ini, penjual melakukan pembelian barang setelah ada pemesanan dari pembeli. *Murabahah* dengan pesanan dapat bersifat mengikat atau tidak mengikat pembeli untuk membeli barang yang dipesannya. Jika bersifat mengikat, berarti pembeli harus membeli barang yang dipesannya dan tidak dapat membatalkan pesannya, sedangkan yang bersifat yang tidak mengikat, maksudnya walaupun nasabah telah memesan barang, tetapi nasabah tidak terikat, nasabah dapat menerima atau membatalkan barang tersebut.<sup>58</sup> Pembayaran angsuran atau cicilan adalah pembayaran yang dilakukan kemudian setelah penyerahan barang baik secara tangguh atau secara angsuran. Bahasa konvensional adalah cicilan kredit.

2. *Murabahah* Tanpa Pesanan

---

<sup>58</sup> Sri Nurhayati, *Wasilah, Akuntansi Syariah di Indonesia*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 163.

Murabahah tanpa pesanan ini, maksudnya ada yang pesan atau tidak, ada yang beli atau tidak, bank syari'ah menyediakan barang menyediakan barang dagangannya. Penyediaan barang pada *murabahah* ini tidak terpengaruh atau terkait langsung dengan ada tidaknya pesanan atau pembeli.<sup>59</sup>

*Murabahah* umumnya dapat diterapkan pada produk pembiayaan untuk pembelian barang-barang investasi, baik domestik maupun luar negeri. Skema ini paling banyak digunakan karena sederhana dan tidak terlalu asing bagi yang sudah biasa bertransaksi dengan dunia perbankan pada umumnya. Kalangan perbankan syari'ah di Indonesia banyak menggunakan *murabahah* secara berkelanjutan, seperti untuk modal kerja. Padahal sebenarnya, *murabahah* adalah kontrak jangka pendek dengan sekali akad. *Murabahah* tidak tepat diterapkan untuk skema modal kerja. Akad *mudharabah* lebih sesuai untuk skema tersebut.<sup>60</sup>

## 5. Pembiayaan *Murabahah* Pada Lembaga Keuangan Syari'ah

Lembaga keuangan Syariah adalah lembaga penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam yang mempunyai sifat khusus yakni bebas dari kegiatan spekulatif (untung-untungan) yang nonproduktif seperti perjudian, bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan, dan berprinsip pada keadilan.<sup>61</sup> Menurut ketentuan sebuah koperasi harus memiliki ijin usaha dari

---

<sup>59</sup> Wiroso, *Jual beli Murabahah*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), h..37.

<sup>60</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Suatu Pengenalan Umum*, (Jakarta: Tazkia Institute, 1999), h. 151.

<sup>61</sup> Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum, Seri Kebanksentralan Nomor 14*, Jakarta: Bank Indonesia Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, 2005, hlm.4

instansi yang berwenang sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan. Dalam bab viii kegiatan usaha pasal 54 (1) koperasi melaksanakan kegiatan usaha untuk memenuhi kebutuhan anggota dan masyarakat dibidang produksi, distribusi, pemasaran, jasa, simpan pinjam serta bidang usaha lainnya. Kegiatan usaha dapat dilaksanakan dengan pola pelayanan konvensional atau berdasarkan prinsip ekonomi syari'ah.<sup>62</sup> Salah satunya pembiayaan *murabahah* dalam praktik lembaga keuangan syari'ah di Indonesia dijelaskan dalam Fatwa Dewan Syari'ah Nasional (DSN) No. 04/DSNMUI/ IV/2000 tentang *Murabahah*.<sup>63</sup>

Dalam menjalankan usahanya, baik dari segi penghimpunan dan penyaluran dana, bank syari'ah mempunyai beberapa prinsip operasional yaitu:<sup>64</sup>

- a. Penghimpunan dana di lembaga keuangan syari'ah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional yang digunakan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah *wadiah*, *mudharabah* dan prinsip lain yang sesuai dengan syari'ah.
- b. Penyaluran dana Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar pembiayaan bank syari'ah terbagi dalam kategori yang dibedakan, yaitu:
  - 1) Transaksi pembiayaan dengan prinsip jual beli;
  - 2) Transaksi pembiayaan dengan prinsip bagi hasil.

---

<sup>62</sup> Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, No: 10/Per/M.KUKM/IX/2015, tentang Kelembagaan Koperasi.

<sup>63</sup> Fatwa Dewan Syari'ah Nasional, No: 04/DSN-MUI/IV/2000, Tentang *murabahah*

<sup>64</sup> Sugiwati, *Analisis Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Dengan Akad Murabahah di BNI Syari'ah Cabang Medan*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2010), h.. 21-22.

- 3) Jasa keuangan Aktifitas dalam jasa keuangan ini merupakan kegiatan yang meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang dilakukan BMT. Prinsip yang digunakan dalam aktifitas ini adalah prinsip *fee* (jasa).

*Murabahah* pada awalnya merupakan konsep jual beli yang sama sekali tidak ada hubungannya dengan pembiayaan. Namun demikian bentuk jual beli ini kemudian digunakan oleh lembaga keuangan syari'ah dengan menambah beberapa konsep lain sehingga menjadi bentuk pembiayaan dengan syarat yang benar-benar harus diperhatikan agar transaksi tersebut diterima secara syariah. Dalam pembiayaan ini BMT sebagai pihak dana memberikan barang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh nasabah yang membutuhkan pembiayaan, kemudian menjualnya ke nasabah tersebut dengan penambahan keuntungan. Sementara itu nasabah akan mengembalikan utangnya di kemudian hari secara tunai maupun cicil.<sup>65</sup>

*Murabahah* merupakan produk lembaga keuangan syari'ah dalam pembiayaan pembelian barang lokal ataupun internasional. *Murabahah* merupakan transaksi jual beli barang antara BMT dan nasabah, barang yang dibeli berfungsi sebagai agunan. Harga barang dalam perjanjian *murabahah* dibayar nasabah (pembeli) secara cicilan. Kepemilikan beralih secara proposional sesuai dengan cicilan yang telah dibayar. Tambahan biaya (keuntungan) bagi bank dirundingkan dan ditentukan di muka antara bank dan nasabah.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Askarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 83.

<sup>66</sup> Andrian Sutedi, *Perbankan Syari'ah (Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 95.

Lembaga keuangan Islam umumnya mengadopsi *murabahah* untuk memberikan pembiayaan jangka pendek kepada nasabah guna pembelian barang. Pembiayaan *murabahah* terjadi apabila seseorang datang kepada BMT untuk meminjam dana guna membeli produk tertentu seperti mobil, rumah dan sejenisnya. Upaya memiliki benda harus dilakukan melalui transaksi jual beli dengan BMT. Dalam konteks ini BMT bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Jika BMT memberikan pinjaman (dalam pengertian konvensional) kepada nasabah untuk membeli barang-barang yang dimaksud, pihak BMT tidak boleh mengambil keuntungan dari pinjaman yang diberikan. Namun sebagai lembaga komersial yang mengharapkan keuntungan, BMT tidak mungkin untuk melakukannya. Oleh karena itu, akad yang dilakukan dalam bentuk jual beli, sehingga pihak bank syariah dapat mengambil keuntungan dari harga barang yang dijual dan keuntungan tersebut dibolehkan dalam hukum Islam.<sup>67</sup>

Secara umum proses aplikasi *murabahah* dalam lembaga keuangan syariah (LKS) adalah:<sup>68</sup>

- a. Nasabah mengajukan secara rinci kebutuhan akan barang yang akan dibeli. Rincian barang tersebut dapat berupa jenis, merek, tahun pembuatan, warna, ukuran bentuk sampai pada tempat pembelian. Semakin rinci semakin baik.

---

<sup>67</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah...*, h. 160.

<sup>68</sup> Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*, (Yogyakarta: UUI Press, 2004), h..168

- b. LKS bersama nasabah yang membutuhkan akan melihat dengan pasti tentang barang yang dimaksud.
- c. LKS akan membeli barang tersebut kepada supplier, dengan harga pokok yang diketahui kedua belah pihak.
- d. LKS akan menjual kembali barang tersebut kepada nasabah yang membutuhkan seharga pembelian pokok ditambah keuntungan (*margin*) yang disepakati.
- e. Jika kondisi tidak memungkinkan bagi LKS untuk membeli terlebih dahulu barang tersebut, maka LKS dapat memberi kuasa kepada nasabah untuk membeli sendiri barang tersebut kemudian nota pembeliannya diberitahukan kepada LKS. Setelah barang ada selanjutnya melakukan perjanjian akad *murabahah*. Terlepas dari ketentuan syara' yang telah melarang secara tegas (kecuali jual-beli salam dan istisna), bagaimana mungkin tanpa adanya barang yang diperjual-belikan dapat dilakukan. Dari tinjauan "rukun jual-beli", salah satu diantaranya adalah tersedianya barang yang menjadi obyek transaksi. Jadi dengan demikian, ketiadaan barang yang menjadi obyek transaksi, maka akan membatalkan transaksi jual-beli tersebut.<sup>69</sup>

Apabila sebuah lembaga keuangan Islam tidak bisa menyediakan barang maka pihak lembaga non bank bisa melalui nasabah sebagai wakil LKI dengan menggunakan akad wakalah. Sedangkan larangan ketidak bolehahan dalam instrument "wakalah" yaitu jika akad wakalah terjadi bersamaan dengan

---

<sup>69</sup> SugengWidodo, *Moda...*, h. 477-482.



penandatanganan fasilitas pembiayaan *murabahah*. Jelasnya, akad pembiayaan ditandatangani tanggal 21 April 2016 (misalnya), dan pada saat yang sama juga ada akad wakalah apalagi kedua transaksi ini terdapat dua akad, dan pelaksanaan seperti ini dilarang karena telah terjadi “*gharar*”. Yakni terjadi ketidakjelasan, mana yang berlaku akad *wakalah* atau *murabahah*? Seharusnya salah satu saja, bukan keduanya terjadi saat yang bersamaan.<sup>70</sup>

Bahwa penggunaan akad *wakalah* secara syara’ dapat dibenarkan ketika dilakukan sebelum terjadi akad *murabahah* ditandatangani/disepakati. Prakteknya, nasabah diberikan kepercayaan untuk melakukan sendiri pengadaan barang yang menjadi obyek transaksi *murabahah*. Sehingga sebelum transaksi pembiayaan *murabahah*, barang yang menjadi obyek transaksi telah tersedia. Saat melakukan pembiayaan *murabahah*, penyerahan berupa barang dan bukan uang.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> *Ibid*, h. 426.

<sup>71</sup> *Ibid*, h. 483.

## **BAB III**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah Bank Syariah Mandiri**

Perbankan syariah dalam istilah standart internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Istilah dengan menggunakan kata *islamic* ini tidak dapat dilepaskan dari asal-usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan Muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam. Utamanya adalah berkaitan dengan pelarangan praktek riba, kegiatan maisir (spekulasi), dan gharar/ ketidakpastian.

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah atau biasa disebut bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist Nabi SAW atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Bank Syariah Mandiri berdiri sejak tahun 1999, Bank Syariah Mandiri merupakan anak kantor dari PT Bank Mandiri (Persero) yang basicnya bank konvensional. PT. Mandiri (persero). Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger,

Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).<sup>72</sup>

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha dari Bank Konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. Dalam mewujudkan tujuan itu, Bank Syariah Mandiri memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

**1. Visi**

Memimpin pengembangan peradaban ekonomi yang mulia.

**2. Misi**

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.

---

<sup>72</sup> Data Profil BSM Cabang Langsa

- c. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- d. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- e. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal

## **B. Profil Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa**

PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Langsa yang berdiri pada tahun 2008 ini beralamat di Jalan Jendral Ahmad Yani No. 289, Kampung Jawa Muka, Langsa Kota, Kota Langsa, Provinsi Aceh. Kode pos 24414 dengan nomor telpon (0641) 325480. Alamat website Bank Syariah Mandiri yaitu <http://www.syariahmandiri.co.id>

Dalam menjalankan aktivitasnya, Bank Syariah Mandiri Kota Langsa terus melakukan inovasi produk dan pengembangan pelayanan prima kepada nasabah untuk meningkatkan profesionalisme perusahaan, dengan Visi-Misi sebagai berikut:

### **1. Visi**

- a. Visi umum Bank Syariah mandiri adalah sebagai Bank Syariah Terdepan dan Modern
- b. Untuk Nasabah BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.
- c. Untuk Pegawai BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

- d. Untuk Investor: Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

## **2. Misi**

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.<sup>73</sup>

## **C. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa**

Produk-produk yang dihasilkan BSM dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu pendanaan, pembiayaan dan jasa.

### **1. Tabungan**

- a. Tabungan BSM adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM.

---

<sup>73</sup> Data Profil BSM Cabang Langsa

- b. BSM Tabungan Berencana adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.
- c. BSM Tabungan Simpatik adalah tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.
- d. BSM Tabungan Investa Cendekia adalah Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.
- e. BSM Tabungan Dollar adalah Tabungan dalam mata uang dollar (USD) yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan BSM.
- f. BSM Tabungan Pensiun adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.
- g. BSM Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

- h. Tabungan Mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.
- i. Tabungan Mabrur Junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.
- j. Tabungan Saham Syariah adalah rekening dana nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi Efek (baik berupa kewajiban maupun hak Nasabah), serta untuk menerima hak Nasabah yang terkait dengan Efek yang dimilikinya melalui Pemegang Rekening KSEI.

## 2. Giro

- a. BSM Giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah.
- b. BSM Giro Valas adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.
- c. BSM Giro Singapore adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.
- d. BSM Giro Euro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan

prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau nonperorangan.

### 3. Deposito

- a. BSM Deposito adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Muthlaqah untuk perorangan dan non-perorangan.
- b. BSM Deposito Valas adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Muthlaqah untuk perorangan dan nonperorangan.

### 4. Pembiayaan

- a. BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.
- b. Pembiayaan kepada pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh



bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah.

- c. Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan developer dengan sistem murabahah.
- d. BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem murabahah.
- e. Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat. Gadai emas BSM adalah produk bank yang memberikan fasilitas pembiayaan kepada nasabah menggunakan prinsip qardh dengan jaminan berupa emas nasabah yang bersangkutan dengan pengikatan secara gadai. Bank mengenakan biaya sewa atas dasar prinsip ijarah untuk biaya pemeliharaan barang.
- f. BSM Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh BSM untuk membantu nasabah untuk membiayai pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah punya emas dan menguntungkan.

- g. Pembiayaan Mikro Umrah BSM adalah pembiayaan yang diberikan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah anda.
- h. Pembiayaan Modal Kerja adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja calon nasabah/nasabah. Misalnya untuk membiayai pembelian bahan baku, siklus/perputaran usaha, modal kerja, dan pembiayaan kontraktor.
- i. Pembiayaan Investasi adalah pembiayaan jangka menengah dan jangka panjang yang diberikan untuk pembelian barang modal/aktiva tetap, pembiayaan proyek baru ataupun proyek perluasan suatu perusahaan, misalnya bangunan, mesin-mesin, alat-alat berat, kendaraan.

#### **D. Hambatan BSM Cabang Langsa dalam Memasarkan Produk Murabahah Pada Anggota Polres Langsa**

Dalam hal memasarkan produk pembiayaan murabahah kepada Anggota Polres Langsa, terdapat kendala-kendala yang menghambat kelancaran proses pemasaran tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan Hannanur selaku Outlet supervisor BSM Langsa pada tanggal 29 mei 2021, menyatakan bahwa:

“Kendala dalam memasarkan pembiayaan murabahah di BSM Cabang Langsa kepada para Anggota Polres Langsa yaitu, adanya faktor internal dari Bank Syariah Mandiri sendiri yakni, kurang pahamnya marketing mikro mengenai

produk-produk perbankan syariah karena pada dasarnya pendidikan para marketing mikro bukan dari lulusan perbankan syariah.”<sup>74</sup>

Sementara faktor eksternal yang menjadi hambatan dalam pemasaran produk mudharabah di BSM Langsa antara lain:

1. Kurangnya Pemahaman Anggota Polres Langsa Terhadap Produk Bank Syariah.

Anggota Polres Langsa pada umumnya kurang mengetahui tentang sistem bagi hasil yang digunakan BSM Cabang Langsa ataupun sistem akad yang digunakan, sehingga Anggota Polres Langsa menilai bahwa Bank Syariah Mandiri sama dengan bank konvensional yang menggunakan bunga. Pembiayaan warung mikro ini terhambat karena kurangnya pemahaman Anggota Polres Langsa tersebut, dan upaya yang dilakukan untuk memberikan pengetahuan kepada Anggota Polres Langsa adalah menjelaskan dengan pemahaman tentang penjelasan sistem pembiayaan yang digunakan warung mikro, yaitu dengan cara sistem bagi hasil dan akad yang digunakan menggunakan dasar-dasar Alqur'an dan Al hadis sehingga tidak mengandung riba dan tidak dilarang oleh agama.

2. Persaingan antar Bank.

Wilayah Langsa merupakan Kota yang luas dan padat penduduk yang memiliki SDM yang memadai, merupakan tempat yang mempunyai peluang bisnis perbankan yang efektif, sehingga berdirilah bank-bank disekitar Kota Langsa ini, maka terjadilah persaingan yang ketat antar

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Hannanur, Outlet Supervisor BSM Langsa, tanggal 24 Mei 2021.

bank untuk menarik antusias masyarakat disekitarnya, dan pada tahun 2011 mulailah beroperasi Bank Syariah Mandiri yang tempatnya tidak jauh dari bank-bank yang beroperasi sebelumnya diwilayah tersebut, sehingga ini merupakan salah satu kendala yang dihadapi bank mandiri syariah. Maka cara yang dilakukan untuk bersaing secara sehat adalah dengan melakukan pengenalan secara langsung, dan memberikan wawasan dan pengenalan kepada calon nasabah dari Anggota Polres Langsa bahwa Bank Syariah Mandiri ini mempunyai karakteristik yang berbeda dengan bank-bank konvensional yang berada disekitar wilayah Kota Langsa. Dalam memasarkan sebuah produk tidak mesti berjalan mulus, ada banyak kendala-kendala yang dialami.

Di samping itu, kendala yang dihadapi Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan produk pembiayaannya yang disampaikan oleh Hannanur secara lebih terperinci juga dapat dirangkum berdasarkan beberapa penjelasan yaitu:

“Kurangnya SDM (sumber daya manusia) pemasaran yang kompeten, Ketetapan sistem dari pusat yang sangat ketat, Kurangnya pemahaman konsumen mengenai sistem perbankan syariah, Penyuluhan dari pihak pemerintahan tentang ekonomi syariah yang kurang.”<sup>75</sup>

Dari kendala-kendala yang dikemukakan di atas, kendala yang di hadapi hampir sama, yaitu sama-sama kurangnya pemahaman dari Anggota Polres Langsa tentang perbankan syariah dan persaingan antar bank. Adapun untuk meminimalisir kendala tersebut yaitu mengenalkan produk bank syariah kepada Anggota Polres Langsa dengan menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami, melakukan pengenalan produk secara langsung, dan memberikan

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan Hannanur, Outlet Supervisor BSM Langsa, tanggal 24 Mei 2021.

wawasan dan pengenalan kepada calon nasabah Anggota Polres Langsa, bahwa Bank Syariah Mandiri ini mempunyai karakteristik yang berbeda dengan bank-bank konvensional yang berada disekitar wilayah Kota Langsa.

Bank Syariah Mandiri memiliki beberapa kendala yang sering terjadi berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh Fahmi selaku Kepala Bagian Funding:

“Beberapa masalah yang menjadi hambatan adalah kurangnya minat Anggota Polres Langsa dengan produk pembiayaan mudharabah, kurangnya ingin tahu masyarakat terhadap produk-produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri. Dalam hal ini Anggota Polres Langsa kurang merespon baik terhadap apa yang sudah disampaikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri tentang pembiayaan mudharabah, yang akhirnya banyaknya masyarakat terutama Anggota Polres Langsa yang belum memahamai tentang poduk-produk Bank Syariah Mandiri terutama tentang pembiayaan mudharabah ini.”<sup>76</sup>

Adapaun faktor penyebabnya berdasarkan teori macam-macam masyarakat adalah masyarakat moderen dan masyarakat tradisional. Dalam hal ini, Anggota Polres Langsa yang menjadi objek penelitian dibagi dalam dua kategori yaitu Anggota Polres Langsa sebagai Masyarakat modern yang cendrung lebih cepat memahami apa yang disampaikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri sedangkan Anggota Polres Langsa yang tergolong sebagai masyarakat tradisional lebih lambat dalam merespon apa yang disampaikan Bank Syariah Mandiri.

#### 1. Anggota Polres Langsa sebagai Masyarakat modern

Masyarakat modern merupakan masyarakat yang sudah tidak terikat pada adat-istiadat. Adat-istiadat yang menghambat kemajuan segera ditinggalkan untuk mengadopsi nila-nilai baru yang secara rasional

---

<sup>76</sup> Wawancara dengam Fahmi, Kepala Funding BSM Langsa, tanggal 20 Mei 2021.

diyakini membawa kemajuan, sehingga mudah menerima ide-ide baru. Anggota Polres Langsa sebagai masyarakat modern cenderung lebih mudah memahamai apa yang disampaikan, dikarenakan pendidikan yang lebih tinggi dan cara pola pikir mereka yang lebih maju.

## 2. Anggota Polres Langsa sebagai Masyarakat tradisional

Masyarakat tradisional merupakan masyarakat yang masih terikat dengan kebiasaan atau adat-istiadat yang telah turun temurun. Keterikatan tersebut menjadikan Anggota Polres Langsa sebagai masyarakat yang mudah curiga terhadap hal baru yang menuntut sikap rasional, sehingga sikap masyarakat tradisional kurang kritis. Anggota Polres Langsa sebagai masyarakat tradisional merupakan anggota yang melangsungkan kehidupannya berdasar pada patokan kebiasaan adat-istiadat yang ada di dalam lingkungannya. Dengan keadaan masyarakat tradisional seperti itu juga mempengaruhi dalam memahami apa yang disampaikan Bank Syariah Mandiri tentang pembiayaan mudharabah yang lebih cenderung kurang tertarik terhadap suatu hal yang baru yang diakibatkan dengan kebiasaasan masyarakat lama. Menurut penulis Anggota Polres Langsa sebagai masyarakat tradisional perlu mengajukan usulan kepada pihak Bank Syariah Mandiri agar memberikan pendekatan khusus kepada para anggota agar lebih mudah memahami apa yang dijelaskan atau disampaikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri tentang produk perbankan syariah terutama dalam pembiayaan syariah.

### **E. Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa dalam Memasarkan Pembiayaan Murabahah pada Anggota Polres Langsa**

Proses menjual merupakan aktivitas yang sangat penting dalam operasional perbankan. Tanpa proses ini, bisa jadi keuntungan bank menjadi tidak optimal bahkan tidak akan tumbuh dengan baik. Agar proses menjual bisa berjalan dengan efektif memerlukan strategy khusus dan keterampilan tersendiri. Dimulai dari persiapan menyusun marketing strategy dengan mempertimbangkan unsur produk, price, place dan promosi yang baik. Dalam observasi awal yang peneliti lakukan terhadap kinerja salah seorang karyawan BSM bernama Lidya, selaku asisten Marketing BSM, dikemukakan bahwa:

“BSM melakukan beberapa kegiatan dalam memasarkan produk pembiayaan yaitu dengan cara door to door atau dari rumah kerumah, promosi melalui media-media sosial, sosialisasi langsung pada instansi-instansi pemerintah, memberikan edukasi dan bimbingan langsung pada masyarakat serta membagikan hadiah pada para calon nasabah untuk menarik hati masyarakat”.<sup>77</sup>

Dalam pengamatan peneliti, strategi pemasaran terhadap para Anggota Polres Langsa tersebut dapat dijelaskan secara lebih rinci sebagai berikut:

#### 1. Door to door

Memasarkan produk pembiayaan dengan mendatangi Anggota Polres Langsa secara langsung untuk mengenalkan produk pembiayaan ini. Cara ini akan mengenalkan secara langsung kepada Anggota Polres Langsa bahwa ada produk pembiayaan yang menggunakan akad

---

<sup>77</sup> Wawancara dengan Lidya, Staff Pemasaran BSM Langsa, tanggal 19 Mei 2021.

syariah. Dengan pembiayaan itu nanti Anggota Polres Langsa akan merasa aman dan nyaman dalam melakukan transaksi perbankan.

## 2. Promosi

Promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada Anggota Polres Langsa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Dengan cara promosi yang dilakukan secara terus menerus dengan menyebarkan brosur kepada Anggota Polres Langsa mengetahui akan produk pembiayaan murabahah di BMS Cabang Langsa.

## 3. Sosialisasi

Kebijaksanaan perusahaan dalam memilih produk yang akan dijual atau produk yang akan dibeli sangat berpengaruh pada penentuan harga, strategi, dan promosi yang akan dilakukan agar berhasil dalam melaksanakan fungsi penjualan dari bidang pemasaran. Bank Syariah Mandiri kota Langsa memiliki bermacam-macam varian produk untuk memenuhi kebutuhan para nasabah salah-satunya ialah produk pembiayaan mudharabah yang diperuntukan untuk pelaku-pelaku usaha. Sosialisasi adalah proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok Anggota Polres Langsa. Sosialisasi tentang produk pembiayaan mudharabah ini Bank Syariah Mandiri menjelaskan hal-



hal yang berkaitan dengan mutu dari suatu produk pembiayaan mudharabah seperti menjelaskan manfaat dari produk pembiayaan mudharabah yang akan memberikan nilai positif bagi nasabah yang ingin melakukan pembiayaan mudharabah di Bank Syariah Mandiri, persyaratan-persyaratan yang akan dilakukan nasabah jika ingin melakukan pembiayaan mudharabah.

#### 4. Edukasi

Dengan melakukan edukasi kepada Anggota Polres Langsa tentang pembiayaan mudharabah akan menambah pengetahuan Anggota Polres Langsa tentang pembiayaan mudharabah. Dengan melakukan Edukasi atau pendidikan kepada Anggota Polres Langsa akan menambah pengetahuan dalam memahami produk Bank Syariah Mandiri terutama dalam pembiayaan mudharabah dan akan menghapuskan pemikiran yang salah dalam benak Anggota Polres Langsa, membantu memberikan gambaran yang jelas tentang hal-hal yang berada disekitar agar tidak kebingungan. Edukasi mampu mengobarkan api semangat dalam diri, semangat untuk mencari hal-hal yang belum diketahui, semangat bertanya, semangat dalam menjalani kehidupan. Maka edukasi atau pendidikan mampu memberi pencerahan bagi siapapun tentang pembiayaan mudharabah ini.

#### 5. Bimbingan

Anggota Polres Langsa sangat perlu bimbingan dalam mengetahui produk- produk Bank Sayariah Mandiri agar Anggota Polres Langsa

tidak salah dalam memahami produk pembiayaan mudharabah tersebut. Karena Bimbingan merupakan suatu proses yang mengandung pengertian bahwa bimbingan merupakan kegiatan yang berkesinambungan, bukan kegiatan seketika atau kebetulan. Dengan bimbingan akan memberi pertolongan individu untuk menolong individu lain dalam membuat keputusan ke arah yang dituju, dan mencapai tujuannya dengan cara yang paling baik dalam memahami sesuatu.

#### 6. Doorprize/hadiah

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kota Langsa dalam memasarkan dan memberi pemahaman tentang produk pembiayaan mudharabah yaitu dengan cara mengadakan sosialisasi dan edukasi kepada Anggota Polres Langsa dan pelaku-pelaku usaha atau penyuluhan pada even-even tertentu yang disertai doorprize/hadiah agar Anggota Polres Langsa tertarik untuk kerjasama dengan Bank Syariah Mandiri dalam melakukan pembiayaan yang syariah misalnya pembiayaan mudharabah.

Promosi-promosi ini rutin dilakukan Bank Syariah Mandiri baik dalam bentuk kelompok ataupun perorangan yang biasanya dilakukan pihak bagian marketing dalam memperkenalkan dan memberikan pemahaman produk mereka agar lebih dikenal masyarakat terutama Anggota Polres Langsa yang nantinya akan menciptakan hubungan-hubungan baik kepada calon nasabah. Bank Syariah Mandiri menerapkan ke empat strategi ini dalam memasarkan dan

memberi pemahaman tentang produk pembiayaan mudharabah dan produk-produk perbankan syariah lainnya. Bank Syariah Mandiri menggunakan beberapa media untuk meningkatkan pemahaman tentang pembiayaan mudharabah misalnya sales kit, brosur, dan telemarketing dalam memberi pemahaman kepada Anggota Polres Langsa tentang produk pembiayaan mudharabah.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 20 Mei 2021 dengan Fahmi selaku kepala Funding Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa, menyatakan

“Bahwa strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa dalam memasarkan produk pembiayaan murabahah kepada Anggota Polres Langsa adalah dengan cara promosi, *door to door*, *endorse* dari para teman, peningkatan saldo nasabah dan kegiatan personal selling.”<sup>78</sup>

#### 1. Promosi.

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri yaitu dengan menggunakan media massa ataupun elektronik, seperti iklan di Koran, Radio, sebar brosur/pamphlet, maupun memasang spanduk di tempat-tempat strategis.

#### 2. Door to Door/Jemput Bola

Yang dimaksudkan dengan strategi pemasaran jemput bola sendiri adalah sebuah strategi dimana pihak Bank melakukan kegiatan pemasaran dengan cara menghubungi atau mendatangi langsung calon nasabah. Strategi ini terbilang cukup efektif, karena pihak bank bisa

---

<sup>78</sup> Wawancara dengan Fahmi, Kepala Funding BSM Langsa, tanggal 20 Mei 2021.

mendekatkan perusahaannya dengan calon nasabah dan memberikan kemudahan bagi para nasabah untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Referensi dari Teman Dalam memasarkan produk.

Referensi dari teman adalah salahsatu cara memasarkan produk pembiayaan murabahah.

4. Nasabah yang Top UP.

Cara memasarkan produk pembiayaan murabahah bisa jadi dengan menawarkan kepada nasabah yang ingin mengajukan pembiayaan lagi atau nasabah yang Top Up.

5. Pihak Marketing Mikro harus menguasai produk/kelebihan produk Bank Syariah Mandiri.

Seorang marketing harus menguasai produk yang ditawarkan, agar saat memasarkan produk yang ditawarkan para calon nasabah tidak ragu dan kemungkinan akan memakai produk tersebut.

6. Personal Selling.

Presentasi pribadi oleh para marketing mikro dalam rangka mensukseskan penjualan dan membangun hubungan dengan nasabah. Setiap bank syariah mempunyai strategi dalam memasarkan produknya.

Dari strategi pemasaran pembiayaan yang sudah dikemukakan di atas, strategi yang diterapkan tidak jauh berbeda hanya saja menurut penulis, strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa dalam memasarkan pembiayaan murabahah belum mencakup semua unsur marketing mix/strategi 4P,

strategi yang lebih dominan dipakai yaitu hanya unsur promosi saja, akan lebih baik dan efektif apabila unsur dalam 4P seperti produk, price, place diikuti sertakan dalam strategi memasarkan pembiayaan murabahah.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Promosi-promosi produk pembiayaan rutin dilakukan Bank Syariah Mandiri baik dalam bentuk kelompok ataupun perorangan yang biasanya dilakukan pihak bagian marketing dalam memperkenalkan dan memberikan pemahaman produk mereka agar lebih dikenal oleh Anggota Polres Langsa yang nantinya akan menciptakan hubungan-hubungan baik kepada calon nasabah. Bank Syariah Mandiri menerapkan ke empat strategi dalam memasarkan dan memberi pemahaman tentang produk pembiayaan mudharabah dan produk-produk perbankan syariah lainnya pada Anggota Polres Langsa. Diantaranya dengan menggunakan beberapa media untuk meningkatkan pemahaman tentang pembiayaan mudharabah kepada Anggota Polres Langsa, misalnya sales kit, brosur, telemarketing.

Adapun kendala dalam memasarkan pembiayaan murabahah di BSM Cabang Langsa yaitu, adanya faktor internal dari Bank Syariah Mandiri sendiri yakni, kurang pahamiannya marketing mikro mengenai produk-produk perbankan syariah karena pada dasarnya pendidikan para marketing mikro bukan dari lulusan perbankan syariah. Selain itu, persaingan antar Bank yang ada di Kota Langsa juga memicu kendala yang menghambat Bank Syariah Mandiri cabang Langsa dalam memasarkan produk Murabahahnya.

## **B. Saran**

1. Untuk lembaga agar lebih terus meningkatkan sosialisasi, edukasi, bimbingan dan doorprize yang diberikan agar membuat Anggota Polres Langsa lebih tertarik lagi untuk memahami tentang pembiayaan mudharabah.
2. Untuk Anggota Polres Langsa agar terus mengikuti sosialisasi/edukasi yang di lakukan dan mengusulkan kepada Bank Mandiri Syariah agar melakukan pendekatan khusus agar Anggota Polres Langsa lebih mudah memahami tentang pembiayaan mudharabah.
3. Untuk penelitian selanjutnya, agar skripsi yang penulis buat ini menjadi pedoman atau acuan bagi penelitian selanjutnya agar lebih membahas lagi tentang produk-produk pembiayaan bank syariah

## DAFTAR PUSTAKA

- Machmud, Amir dan Rukmana. *Bank Syariah: Teori, Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2010.
- Ghafur, Muhammad. *Potret Perbankan Syariah Indonesia Terkini*. Yogyakarta: Biruni Press. 2007.
- Sumitro, Warkum. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait (Bamui & Takaful) di Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996), h.45.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Strategi Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Assauri, Sofian. *Strategi Management: Sustainable Competitive Advantages Cet. 1*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insane Press & Tazkia Institute. 2001.
- Mutahar, Ali. *Kamus Arab Indonesia*. Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi. 2005.
- Tjiptono, Fandy *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. 2007.
- Mulyono, Djoko. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi Offset. 2012.
- Nugraheni, Aninditya Sri. *Penerapan Strategi Cooperative Learning*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2012.
- Nitisysastro, Mulyadi. *Prilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Hamid, Abdul dan Fahmi, Irham. *Pengantar Manajemen Statigis*. Langsa: Percetakan Data Printing. 2015.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Amrin, Abdullah. *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*. Jakarta: Grasindo. 2007.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: CV. Penerbit JART. 2004.
- Kartajaya, Hermawan dan Sula, Muhammad Syakir. *Syariah Marketing*. : Mizan Pustaka. 2006.
- Antonio, M. Syafi'i. *Dasar- Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alfabeta, cet ke-4. 2006.
- Suharso, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*. Semarang : CV.Widya Karya. 2000.
- Wibowo, Edy. *Mengapa Memilih Bank Syariah?*. Bogor: Ghalia Indonesia cet.I, 2005.
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. *Kebijakan Pengembangan Perbankan Syariah*. Jakarta: 2011.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2002.
- Antonio, M. Syafi'i. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi*. Yogyakarta: UII Press, 2001.
- Ascarya. *Akad dan Produk Perbankan Syariah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Latif, AH. Azharuddin. *Fiqih Mumalat*. Jakarta : UIN Jakarta Press. 2005.



- Zulkifli, Sunarto. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*. Jakarta : Zikrul Hakim. 2007.
- IImi, Makhalul. *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press. 2002.
- Mutahar, Ali. *Kamus Arab Indonesia*. Jakarta: PT Ikrar Mandiri Abadi. 2005.
- Muhammad, *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*. Yogyakarta: AMP YPKN. 2002.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Hulwati, *Ekonomi Islam Teori dan Prakteknya dalam Perdagangan Obligasi Syari'ah di Pasar Modal Indonesia dan Malaysia*. Jakarta: Ciputat Press Group, 2009.
- Zulaikha, Siti dan Handayani. *Aplikasi Konsep Akad Murabahah Pada BPRS Metro Madani Cabang Kalirejo Lampung Tengah*. Dalam Jurnal Hukum dan Ekonomi Syari'ah, Vol. 02, Nomor. 1, Mei 2014.
- Nurhayati, Sri. *Wasilah, Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. 2008.
- Wiroso. *Jual beli Murabahah*. Yogyakarta: UII Press. 2005.
- Yumanita, Diana. *Bank Syariah: Gambaran Umum, Seri Kebanksentralan Nomor 14*. Jakarta: Bank Indonesia Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan, 2005.
- Sugiwati. *Analisis Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Dengan Akad Murabahah di BNI Syari'ah Cabang Medan*. Medan: Universitas Sumatera Utara. 2010.
- Askarya. *Akad & Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2007.
- Sutedi, Andrian. *Perbankan Syari'ah (Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum)*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h. 95.
- Ridwan, Muhammad. *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. Yogyakarta: UII Press. 2004.
- Moeleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 1999.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Cet. IX. Jakarta: Rineka Cipta. 1993.
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta. 2001.
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cv. Alfabeta. 2008.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. 2002.
- Miles, M.B. Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metodemetode Baru*, Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Ruhidi, (Jakarta: UI Press. 1992.
- Nasution, *Metode Penelitian Naturalistic Kualitatif*. Bandung: Tarsito. 1998.

**DAFTAR INFORMAN**

Faris, Customer Service BSM Langsa (Wawancara tanggal 19 Mei 2021, di Kantor BSM Langsa)

Lidya, Pemasaran (Wawancara tanggal 19 Mei 2021 di Kantor BSM Langsa)

Moris Nazar Putra, Manager Oprasional (Wawancara tanggal 22 Mei 2021, di Kantor BSM Langsa)

Fahmi, Kepala Funding BSM Langsa (Wawancara tanggal 20 Mei 2021, di Kantor BSM Langsa)

Hannanur, Outlet Supervisor (Wawancara tanggal 24 Mei 2021, di Kantor BSM Langsa)

**DRAFT WAWANCARA**  
**PEGAWAI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG LANGSA**

1. Apa keistimewaan BSM dibandingkan bank syariah lainnya?
2. Produk apa yang menjadi unggulan BSM?
3. Bagaimana cara BSM memperkenalkan produk pada Anggota Polres Langsa?
4. Mengapa BSM tertarik untuk memasarkan produk pada anggota Polres Langsa?
5. Bagaimana strategi yang digunakan BSM untuk memasarkan produk pada anggota Polres Langsa?
6. Apa saja hambatan yang dialami BSM dalam memasarkan produknya?
7. Strategi apa yang digunakan untuk meminimalisir hambatan yang ada?

**DRAFT WAWANCARA**  
**ANGGOTA POLRES LANGSA**

1. Apa alasan anda memilih bank Syariah Mandiri dibandingkan Bank lainnya?
2. Mengapa anda memilih produk murabahah pada Bank Syariah Mandiri?
3. Mengapa Anda lebih memilih Bank Syariah Mandiri dibandingkan Koperasi yang ada di Polres Langsa?
4. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah BSM?
5. Kendala apa yang anda rasakan selama ini terhadap sistem pelayanan Bank Syariah Mandiri?

TRANSKIP WAWANCARA  
STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA

**Identitas Responden**

Nama : Faris  
Pekerjaan : Cutomer Service BSM Langsa  
Nomor Hp :

No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
1.	Apa keistimewaan BSM dibandingkan bank syariah lainnya?	<p>Pada prinsipnya, sistem yang dimiliki oleh bank syariah yang ada di Indonesia saat ini seluruhnya hampir sama, yaitu penerapan hukum syariat islam sebagai acuan dalam menerapkan pola simpan-pinjam jasa keuangan melalui sistem ada yang jelas dan terarah sesuai syariat. Hanya saja, ada beberapa perbedaan khusus yang menjadikan beberapa Bank syariah menjadi lebih istimewa diantara beberapa bank syariah lainnya yang ada di Indonesia. Jika kita merujuk pada Bank Syariah Mandiri, khususnya yang berada di Kota langsa, maka kita akan menjumpai beberapa keunggulan yang menjadi daya tarik tersendiri untuk memikat masyarakat atau nasabah. Salah satu diantara sekian banyak kelebihan yang dimiliki oleh Bank Syariah mandiri saat ini yaitu minimalnya jumlah saldo yang harus dimiliki oleh tiap nasabah saat melakukan transaksi banking. Adapun untuk jumlah minimal transfer yang dapat dilakukan oleh nasabah dalam transaksi banking yaitu senilai Rp. 5000 dan Rp. 10.000.</p> <p>Sehingga dengan nominal yang minim ini diharapkan seluruh masyarakat dari berbagai kalangan yang ada dapat menjangkau transaksi layanan banking dimanapun dan kapanpun hingga dalam kondisi bagaimanapun.</p> <p>Selanjutnya, keunggulan lain yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri dapat dilihat dari kinerja para karyawan yang senantiasa melayani dan mengayomi seluruh nasabah dengan ramah dan ikhlas. Pada prinsipnya, BSM berupaya semaksimal mungkin agar seluruh nasabah bias mendapatkan pelayanan opyimal dari para karyawan yang telah terlatih dan terdidik untuk</p>

		<p>melayani nasabah BSM dengan sepenuh hati. Hal inilah yang menjadikan nasabah betah untuk senantiasa menggunakan layanan kantor BSM dalam setiap transaksi banking mereka, baik untuk simpan-pinjam maupun deposito.</p> <p>Hal ini juga didukung penuh oleh ketersediaan layanan jaringan yang kencang, sehingga segala transaksi perbankan, baik melalui teller maupun mesin ATM yang disediakan jarang sekali mengalami masalah atau kendala yang merugikan bagi nasabah.</p>
2.	Produk apa yang menjadi unggulan BSM?	<p>Sejauh ini BSM selalu berupaya agar dapat menghadirkan produk-produk terbaik dalam sistem perbankan yang modern dan sesuai dengan syariat Islam. Untuk itu, BSM senantiasa bergerak maju untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhan masyarakat secara luas. Sehingga kami yakin bahwa sejauh ini produk layanan jasa simpan-pinjam kami adalah yang terbaik di Indonesia, namun dari sekian banyak produk yang kami suguhkan ada beberapa keistimewaan khusus yang menjadi favorit nasabah BSM. Di antaranya adalah tabungan mudharabah. Dalam sistem ini, nasabah memiliki kesempatan yang besar untuk membuka layanan tabungan di BSM karena adanya penerapan sistem syariah yang ketat dan transparan sehingga para nasabah tidak harus membayar bunga atau biaya administrasi kepada pihak BSM. Selain itu, jumlah minimal saldo pembukaan rekening awal juga menjadi daya tarik sendiri dalam produk ini, yang mana hanya dengan nominal Rp.20.000 siapapun bias membuka tabungan mudharabah di BSM.</p> <p>Selanjutnya, layanan tabungan cicil emas juga menjadi produk primadona di BSM. Karena produk semacam ini diyakini belum dimiliki oleh sistem perbankan pada bank-bank lainnya. Hanya BSM lah yang memiliki sistem tabungan emas bagi seluruh nasabah.</p>

#### TRANSKIP WAWANCARA

#### STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA

#### Identitas Responden

Nama : Lidya

Pekerjaan : Asisten Marketing BSM Langsa

Nomor Hp :

No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
1.	Bagaimana cara BSM memperkenalkan produk pada masyarakat?	<p>Bank Syariah Mandiri Langsa mempromosikana produknya lewat spanduk-spanduk yang dipajang di pinggir-pinggir jalan utama yang ramai, jadi banyak orang yang melihatnya. Saat ini spanduk yang dipasang berisi logo-logo yang ditawarkan di Bank Syariah Mandiri dan lambang yang bertuliskan Bank Syariah Mandiri.</p> <p>Selain itu, promosi juga dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dalam memasarkan Tabungan BSM adalah dengan media brosur, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui dan mengerti tentang manfaat dari tabungan BSM dengan keuntungan berupa nisbah bagi hasil.</p> <p>Mengingat pergerakan alat telekomunikasi yang kian mumpuni di tengah masyarakat, BSM juga memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan promosi-promosi atau pengenalan produk melalui media kounikasi elektronik yang familiar bagi masyarakat. Contohnya dengan promosi online lewat media sosial yang sedang digandrungi remaja dan Koran-koran yang sering menjadi langganan para bapak-bapak dikantoran.</p> <p>Bahkan tidak jarang para karyawan BSM langsung terjun ke lapangan untuk menawarkan produk-produk bank BSM ke rumah-rumah masyarakat secara langsung (door to door) langkah terkahir yang menjadi andalan BSM dalam menawarkan produknya adalah dengan menjalin kerjasama diberbagai instansi pemerintahan yang ada di Kota langsa. Sehingga BSM dapat memepkenalkan produknya dengan lebih gampang.</p>

TRANSKIP WAWANCARA  
STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA

**Identitas Responden**

Nama : Moris Nazar Putra  
Pekerjaan : Manager Operasional BSM Langsa  
Nomor Hp :

TRANSKIP WAWANCARA

No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
1.	Mengapa BSM tertarik untuk memasarkan produk pada anggota Polres Langsa?	<p>Dalam teknik pemasaran dan penawaran ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan dan diupayakan oleh BSM untuk menjangking minat para nasabah agar tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh BSM. Maka untuk itu, ada beberapa kriteria khusus yang dipatokan oleh BSM dalam menawarkan produk-produk tertentu bagi kalangan tertentu pula. Contohnya terhadap anggota Polres Langsa yang notabene merupakan anggota tetap kesatuan polisi resort Langsa. Sehingga dengan memepertimbangkan hal yang demikian, BSM menganggap bahwa anggota Polres Langsa merupakan calon nasabah yang sangat mumpuni untuk menjadi nasabah di BSM Langsa.</p> <p>Mengingat anggota Polres Langsa merupakan pegawai yang memiliki penghasilan tetap dan berkesinambungan. Sehingga pola simpan pinjam dapat dilakukan dengan lebih terarah dan berjalan efisien sesuai dengan sistem yang telah ditetapkan oleh BSM untuk memberikan kenyamanan bagi para nasabahnya.</p> <p>Selain itu, kedudukan para anggota Polres Langsa di tengah masyarakat juga menjadi tolak ukur BSM untuk menawarkan produk. Karena diharapkan anggota polres Langsa bias memberikan rekomendasi yang baik untuk masyarakat lainnya agar menabung di BSM.</p>

STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA

**Identitas Responden**

Nama : Fahmi  
Pekerjaan : Kepala Funding BSM Langsa  
Nomor Hp :



No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
1.	Bagaimana strategi yang digunakan BSM untuk memasarkan produk pada anggota Polres Langsa?	<p>Sebenarnya dalam meanwarkan produk Bank Syariah Mandiri memiliki banyak cara untuk dilakukan, baik melalui teknik dating langsung kepada calon nasabah (door to door), menyebarkan brosur-brosur hingga melakukan presentasi yang eksklusif.</p> <p>Bank Syariah Mandiri menggunakan metode presentasi untuk memasarkan produknya kepada anggota Polres Langsa. Hal ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai profil, manfaat dan fasilitas dari Bank Syariah Mandiri. Diantaranya produk yang ditawarkan yakni payroll, pinjaman, cicilan emas, tabungan mabrur dan lainnya, semuanya dikelola secara syariah. Untuk semua hal tersebut diberi kemudahan dalam pengurusannya.</p> <p>Hal ini dilakukan agar anggota Polres Langsa mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.</p> <p>Selain itu, dengan metode presentasi ini, lebih terkesan professional dan berintegritas sehingga akan lebih mudah menarik minat para anggota Polres Langsa yang notabene merupakan orang-orang dari golongan terpelajar dan berpengaruh di tengah masyarakat.</p> <p>Sehingga jika salah satu sudah menjadi nasabah, biasanya anggota yang lain akan turut serot untuk menggunakan produk BSM juga.</p> <p>Disamping itu, pihak BSM juga senantiasa memberikan hadiah atau reward utnyk para nasabah agar senantiasa betah untuk tetap menabung di BSM dan mau merekomendasikan BSM pada kerabatnya.</p>

TRANSKIP WAWANCARA  
STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA

**Identitas Responden**

Nama : Hannanur  
Pekerjaan : Outlet Supervisor BSM Langsa  
Nomor Hp :

No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
1.	Apa saja hambatan yang dialami BSM dalam memasarkan produknya?	<p>Bank Syariah Mandiri memiliki beberapa kendala yang sering terjadi diantaranya kurangnya minat masyarakat dengan produk pembiayaan mudharabah, kurangnya ingin tahu masyarakat terhadap produk-produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri. Dalam hal ini masyarakat kurang merespon baik terhadap apa yang sudah disampaikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri tentang pembiayaan mudharabah, yang akhirnya banyaknya masyarakat yang belum memahamai tentang produk-produk Bank Syariah Mandiri terutama tentang pembiayaan mudharabah ini.</p> <p>Selain itu, ada juga kendala yang di hadapi karena kurangnya pengetahuan dari masyarakat tentang perbankan syariah. Masyarakat modern cenderung lebih cepat memahami apa yang disampaikan oleh pihak Bank Syariah Mandiri sedangkan masyarakat tradisional lebih lambat dalam merespon apa yang disampaikan Bank Syariah Mandiri.</p> <p>Terkahir adalah persaingan antar bank yang begitu banyak di Kota Langsa, sehingga BSM juga harus berupaya ekstra agar bias mendapatkan tempat persaingan yang lebih unggul dibandingkan bank-bank lainnya. Tidak sedikit pula orang yang ditawarkan produk Tabungan BSM sering membanding-bandingkan mengenai keuntungan yang nantinya didapat dengan keuntungan bila menyimpan dana di bank konvensional, serta mengeluhkan tempat bank syariah maupun mesin ATM yang jarang ditemui.</p>

2.	Strategi apa yang digunakan untuk meminimalisir hambatan yang ada?	<p>Untuk meminimalisir kendala tersebut yaitu mengenalkan produk bank syariah kepada masyarakat dengan menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami, melakukan pengenalan produk secara langsung, dan memberikan wawasan dan pengenalan kepada calon nasabah, bahwa Bank Syariah Mandiri ini mempunyai karakteristik yang berbeda dengan bank-bank konvensional yang berada disekitar wilayah Kota Langsa.</p> <p>Selain itu karyawan BSM juga harus bisa memahami tipe kepribadian serta penanganan dari masing-masing orang atau calon nasabah agar dapat memasarkan produk Tabungan BSM, sehingga masyarakat bias memberikan respon yang positif terhadap pemaparan atau penawaran yang dilakukan oleh BSM</p>
----	--------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

TRANSKIP WAWANCARA  
STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA

**Identitas Responden**

Nama : Haris Ilhamdi

Pekerjaan :

Nomor Hp :

No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
1.	Mengapa anda memilih produk murabahah pada Bank Syariah Mandiri? Kenapa tidak di Bank lain?	<p>Awalnya saya sudah pernah melakukan transaksi pembiayaan melalui salah satu bank konvensional yang ada di Kota Langsa ini, namun setelah saya cari tahu lebih lanjut ternyata Bank syariah memiliki banyak keunggulan yang lebih baik dari sistem bank konvensional lainnya, mulai dari sistem pembiayaan yang ditawarkan, cara kerja dan mekanisme peminjaman hingga segala dasar hukum yang direapkan melalui Bank syariah saya rasa jauh lebih menguntungkan daripada Bank konvensional. Selain itu, sistem yang diterapakan juga berdasarkan landasan hukum islam, sehingga tidak digolongkan menjadi transaksi yang haram.</p> <p>Setelah saya mengetahui kelebihan dari bank syariah inilah akhirnya saya memutuskan untuk pindah menjadi nasabah bank syariah. Dan kebetulan saya mendapatkan rekomendasi dari kerabat saya yang sudah lebih dahulu menjadi nasabah di Bank ini. Dan setelah merasakan manfaatnya ternyata benar apa yang dikatakan oleh kerabat saya, bahwa para karyawan disini sangat ramah dan sigap dalam melayani nasabah, tidak bertele-tele, jadi urusan kita cepat selesai tidak perlu menunggu berlarut-larut lamanya.</p>

TRANSKIP WAWANCARA  
STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA

**Identitas Responden**

Nama : Angga Saputra

Pekerjaan :

Nomor Hp :

No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
1.	Mengapa Anda lebih memilih Bank Syariah Mandiri dibandingkan Koperasi yang ada di Polres Langsa?	<p>Memang benar, di Polres Langsa sudah disiapkan koperasi yang berguna sebagai salah satu tempat yang juga menyediakan jasa simpan pinjam bagi seluruh anggota Polres Langsa. Namun pada dasarnya, nominal pinjaman yang disediakan tidak sesuai dengan kebutuhan yang kami inginkan.</p> <p>Secara umum, peminjaman yang dibolehkan oleh pihak koperasi Polres Langsa maksimal hanya diijinkan sebesar Rp. 30.000.000. sementara kebutuhan dana yang diperlukan oleh tiap anggota Polres Langsa berbeda-beda. Contohnya kemarin saya perlu uang sekitar Rp. 150.000.000 namun uang itu tidak bisa saya pinjam melalui koperasi karena ada batasan yang tidak dibolehkan. Sehingga saya mencari alternatif pinjaman lain melalui Bank Syariah Mandiri.</p> <p>Berdasarkan kabar yang saya terima dari teman saya bahwa jika meminjam di BSM, bunganya lebih kecil dan prosesnya juga cepat. Tidak butuh waktu lama. Ini karena sudah ada jalinan kerja sama antara Polres dan BSM, sehingga segala bentuk transaksi kami mengenai sistem perbankan mendapat prioritas dan selalu dimudahkan.</p>

**TRANSKIP WAWANCARA**  
**STRATEGI PEMASARAN BANK SYARIAH MANDIRI KOTA LANGSA**

**Identitas Responden**

Nama : Yeni sari  
Pekerjaan :  
Nomor Hp :

No	Pertanyaan	Deskripsi Jawaban
----	------------	-------------------

1.	<p>Sudah berapa lama anda menjadi nasabah BSM? Kendala apa yang anda rasakan selama ini terhadap sistem pelayanannya?</p>	<p>ya. Sudah lama menjadi nasabah BSM. Pertama sekali sejak saya pindah dari Medan ke Langsa, saya lebih suka di Bank Syariah daripada bank konvensional. Jadi saya pindah menggunakan Bank BSM kurang lebih sudah hampir 12 tahun. Selama saya menjadi nasabah di BSM sebenarnya tidak terlalu sering merasakan kendala yang merugikan. Semuanya baik-baik saja. Sistem perbankannya juga aman-aman saja. Saya tidak pernah bermasalah dan sangat nyaman menjadi nasabah BSM, karena para karyawannya melayani dengan ramah dan sigap. Saya menjadi mudah bertransaksi disini.</p> <p>Hanya saja, menurut saya kekurangannya adalah ketersediaan kantor unit BSM, sehingga ini menjadikan saya merasa sangat kerepotan ketika saya mau melakukan transaksi penyetoran yg harus dilakukan dibank. Karena kantornya Cuma satu dan nasabahnya banyak, maka saya harus menunggu sangat lama sebab antriannya panjang. Harusnya ada layanan ATM setor tunai seperti pada bank lainnya, sehingga memudahkan nasabah yang tidak memiliki banyak waktu untuk mengantri. Agar lebih praktis dan efisien.</p>
----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**DOKUMENTASI**







## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **1. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Riska Alyani  
NIM : 4012019158  
Tempat dan Tanggal Lahir : Langsa, 16 November 1995  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Jalan Syiah Kuala Lorong Peutua  
Husin Gampong Tualang Teungoh  
Kec. Langsa Kota, Kota Langsa

### **2. RIWAYAT PENDIDIKAN**

2001 – 2007 : SDN 15 Kota Langsa  
2007 – 2010 : SMPN 3 Langsa  
2010 – 2013 : SMAN 1 Langsa

**SURAT KEPUTUSAN**  
**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**  
**NOMOR 246 TAHUN 2020**

**T E N T A N G**

**PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;**

- Menimbang** : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
- b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
- c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2020, Tanggal 12 November 2019.
- Memperhatikan** : Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 06 Juli 2020.

**MEMUTUSKAN:**

- Menetapkan** : **Dr. Early Ridho Kismawadi, MA** sebagai Pembimbing I dan **Fakhrizal, Lc., MA** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Riska Alyani**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012019158, dengan Judul Skripsi : "**Strategi Bank Syariah Mandiri Dalam Menawarkan Produk Murabahah Kepada Anggota Polres Langsa**".
- Ketentuan** : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
- b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
- c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
- d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
- e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
- f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Langsa  
Pada Tanggal : 28 Juli 2020 M  
07 Zulhijjah 1441 H



**Tembusan :**

1. Ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.