



ANALISIS IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN MABRUR DI BANK SYARIAH MANDIRI KCP AMPEL SURABAYA

Abdul Mujib, Izzah Fikroh Basyariyah
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Abstrak

Dalam Rukun Islam yang kelima, yaitu Haji, umat Islam khususnya diwajibkan kepada setiap yang mampu untuk menunaikan Ibadah Haji. Di zaman yang modern ini, telah banyak perkembangan yang dapat mempengaruhi pola pikir, pola hidup serta pola perilaku dalam diri manusia. Dalam mengambil kesempatan ini, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, menyediakan produk Tabungan Mabruur untuk memudahkan umat Islam dalam mempersiapkan Ibadah Hajinya, dari pembukaan rekening Tabungan Mabruur dengan akad *Mudharabah Muthlaqah*, persyaratan yang diberikan di awal, penyetoran awal tabungan, hingga mendapat porsi dan bank akan mendaftarkan secara online ke SISKOHAT.

Penelitian ini merumuskan masalah implementasi strategi pemasaran produk Tabungan Mabruur ke dalam dua rumusan, yang pertama penulis akan membahas tentang strategi pemasaran produk tabungan mabrur dan yang kedua penulis akan membahas tentang implementasi strategi pemasaran untuk meningkatkan produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

Penelitian ini menggunakan kajian pustaka dengan jenis data kualitatif, yang datanya diperoleh dari kajian pustaka (Buku, jurnal, artikel, hasil wawancara terstruktur dan sumber data lainnya) yang bersangkutan dengan analisis implementasi strategi pemasaran produk tabungan mabrur di bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

Strategi pemasaran yang digunakan dalam produk Tabungan Mabruur ialah dengan menggunakan beberapa macam strategi yaitu melihat dari segi segmentasi, membuat target, lalu melakukan posisi dari Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, setelah itu melakukan diferensiasi dan yang terakhir

merancang bauran pemasaran yang akan dilakukan, ada 5 macam bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat, promosi dan manusia.

Kata Kunci : *peningkatan nasabah; strategi pemasaran; tabungan mabrur*



A. PENDAHULUAN

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan menurut UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, universalisme serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, dzalim dan obyek yang haram.

Salah satu produk bank adalah tabungan. Yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Sama halnya dengan giro, mekanisme tabungan yang dibenarkan oleh DSN bagi bank syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip Mudharabah dan Wadi'ah.¹ Tabungan haji mabrur adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dilakukan pada saat nasabah ingin menunaikan ibadah haji atau pada kondisi-kondisi tertentu sesuai dengan kesepakatan nasabah.²

Dalam rukun Islam yang ke 5 yaitu haji, haji menjadi kewajiban bagi setiap umat Islam di Indonesia khususnya dan di dunia umumnya. Negara Indonesia yang mayoritas beragama Islam dipastikan setiap orang Muslim menginginkan untuk menunaikan ibadah haji. Kewajiban untuk menunaikan ibadah haji diberikan untuk seseorang yang telah mampu. Dengan maraknya zaman yang telah berkembang dengan teknologi yang canggih, menjadikan setiap muslim yang mampu maupun tidak mampu dapat menunaikan ibadah haji dengan bantuan fasilitas sedemikian rupa. Banyak layanan di perbankan syariah yang menyediakan fasilitas dan produk-produk yang memudahkan setiap muslim dapat menunaikan haji dengan mudah.

Haji adalah Secara bahasa, kata haji bermakna *al-qashdu*, yang artinya menyengaja, atau menyengaja melakukan sesuatu yang agung. Sedangkan secara istilah syariah, haji berarti:³

قَصْدُ الْكَعْبَةِ لِأَدَاءِ أَعْمَالٍ مَخْصُوصَةٍ

Mendatangi Ka'bah untuk mengadakan ritual tertentu.

Ada juga yang mendefinisikan sebagai :

زِيَارَةُ مَكَانٍ مَخْصُوصٍ فِي زَمَنِ مَخْصُوصٍ بِفِعْلِ مَخْصُوصٍ بِنِيَّةِ التَّقَرُّبِ

Berziarah ke tempat tertentu, pada waktu tertentu dan amalan-amalan tertentu dengan niat ibadah.

¹ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 92.

² www.mandirisyariah.co.id, "Tabungan Mabrur", <https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-mabrur>, (10 Juni 2019).

³ Ahmad Sarwat, *Seri Fiqih Kehidupan (6): Haji*, (Jakarta Selatan: DU Publishing, 2011), 22.

Hukum dari menunaikan ibadah haji adalah fardhu 'ain bagi setiap muslim yang mukallaf dan mampu. Dalam syariat Islam, ibadah haji adalah ibadah yang disyariatkan di masa ketika Rasulullah SAW telah berhijrah meninggalkan kota kelahiran beliau Makkah Al-Mukaramah menuju ke tempat tinggal yang baru, Al-Madinah Al-Munawwarah⁴, yaitu dalam Al-Qur'an, yang berbunyi:

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ.

Artinya: Mengerjakan ibadah haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah, Siapa mengingkari, maka sesungguhnya Allah Maha Kaya dari semesta alam. (QS. Ali Imran : 97)⁵

Membahas mengenai perbankan syariah di Indonesia, bahwasanya perbankan syariah di Indonesia telah menyediakan fasilitas dan produk untuk masyarakat muslim yang ingin menunaikan ibadah haji dengan mudah. Di Indonesia sendiri kemudahan layanan yang disediakan pun masih dapat memberatkan masyarakat muslim yang hendak ingin menunaikan ibadah haji. Dengan fasilitas yang disediakan maupun produknya dapat membantu masyarakat muslim dengan sistem dan layanan yang terjangkau.

Dari banyaknya produk-produk yang dimiliki perbankan syariah, maka tentunya dibutuhkan strategi pemasaran yang khusus agar produk yang disediakan dapat diketahui oleh calon nasabah baru maupun calon nasabah lama. Strategi pemasaran adalah suatu cara yang dibutuhkan oleh perusahaan yang bertujuan untuk menjadikan perusahaan berkembang menjadi lebih baik dan diketahui oleh khalayak umum sehingga menjadikan keuntungan tersendiri bagi perusahaan tersebut.

Berbicara mengenai produk di perbankan syariah yaitu salah satunya adalah produk tabungan haji, yang seperti kita ketahui tabungan haji disediakan untuk para calon jama'ah haji yang ingin menunaikan Ibadah Haji, kita akan dibuat penasaran bagaimana cara bank syariah dalam menarik nasabah baru dan nasabah lama dalam menggunakan produk layanan bank syariah ini. Apa saja yang diuntungkan bagi kita sebagai nasabah, syarat apa saja yang harus dipenuhi dalam membuka tabungan haji dan strategi apa yang digunakan oleh bank syariah dalam menawarkan produk-produknya khususnya produk tabungan haji.

Strategi pemasaran di setiap bank syariah diharapkan memiliki suatu pencapaian yang ditargetkan untuk setiap bulan bahkan setiap tahunnya. Pencapaian tersebut bukanlah semata-mata hanya diperuntukkan kepada bank saja tetapi lebih mengutamakan kenyamanan, kepuasan dan kemudahan para nasabah yang menggunakan produk-produk di bank Syariah. Dari sini dapat diambil makna bahwa setiap Bank Syariah akan mengutamakan kepentingan nasabah demi berlangsungnya pencapaian target yang diinginkan.



⁴ Ibid., 30

⁵ Al-Qur'an, 3: 97.

Berangkat dari rasa penasaran penulis akan salah satu produk di Bank Syariah yang menurutnya adalah produk menjadi titik penting untuk setiap Muslim yaitu produk Tabungan Maburr. Tabungan Maburr ada lah tabungan yang dikhususkan kepada setiap Muslim yang ingin menunaikan Ibadah Haji, dimana tabungan ini menggunakan akad *Wadi'ah* yaitu akad titipan murni yang hanya bersifat seperti tabungan biasa dan akan cair ketika tabungan mencapai batas minimal untuk mendapatkan porsi Haji dan akad *Mudharabah Muthlaqah* yaitu akad bagi hasil, yang nantinya uang tabungan tersebut akan dikelola oleh bank dan hasil keuntungannya akan dibagi rata untuk bank dan nasabah itu sendiri sampai mencapai batas minimal untuk mendapatkan porsi Haji.

Yang menjadi poin penting di sini ialah strategi pemasaran yang dimiliki oleh setiap bank Syariah yang memiliki produk tabungan Haji. Dimana strategi pemasaran produk tabungan haji ini akan memberikan pengaruh yang besar terhadap keuntungan bank dan membuat setiap para nasabah tertarik untuk membuka produk tabungan haji. Bagaimana bank Syariah tersebut dalam melakukan strategi pemasaran dapat mencapai target yang diinginkan.

Setiap Bank Syariah tentunya memiliki target masing-masing dan strategi pemasaran untuk mencapai target tersebut. Seperti di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, penulis mengambil penelitian di sini dikarenakan akad yang digunakan tidaklah sama dengan bank Syariah lainnya yaitu menggunakan akad *Mudharabah Muthlaqah*, dimana akad ini menggunakan system bagi hasil yang keuntungannya akan didapatkan oleh kedua belah pihak yaitu pihak bank dan pihak nasabah. Serta strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dalam meningkatkan nasabah yang menggunakan produk Tabungan Maburr yang dimilikinya, apakah strategi pemasaran yang dimiliki telah berhasil menarik hati para nasabah maupun para calon nasabah sehingga mempengaruhi target pencapaian yang seharusnya yang telah ditargetkan sebelumnya.

Pada tahun sebelumnya berkenaan dengan produk Tabungan Maburr di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, tingkat produktivitas dan pencapaian yang dialami tidaklah mencapai target peningkatan yang semestinya, bahkan dapat dikatakan di bawah rata-rata dari target yang ingin dicapai. Dikarenakan produk Tabungan Maburr merupakan produk yang masih baru yang dikeluarkan oleh PT. Bank Syariah Mandiri dan telah didahului oleh Bank Syariah yang lain yang lebih dahulu mengeluarkan produk Tabungan Haji. Sehingga masyarakat Muslim hanya mengetahui adanya produk Tabungan Haji di beberapa Bank Syariah tersebut yang menggunakan system penitipan murni. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwasanya Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya akan melakukan strategi pemasaran yang terbaik yang mengikuti perkembangan zaman dan selalu memperbarui strategi pemasaran setiap tahunnya, sehingga dapat menghasilkan pencapaian target dan produktivitas yang memuaskan bank.

Berdasarkan penjelasan dan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkatnya dalam suatu penelitian dengan judul: **Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan Maburr di Bank Syariah Mandiri KCP**

Ampel Surabaya. Karena sepengetahuan penulis judul tersebut belum pernah diteliti oleh peneliti terdahulu. Kalaupun ada penelitian terdahulu tersebut berbeda dengan penelitian penulis, baik dari segi variabel, fokus penelitian, maupun objek penelitiannya.

B. LANDASAN TEORI

1. Bank Syariah

1) Pengertian Bank Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.⁶

Dalam Kerangka Dasar Akuntansi Syariah, yang disusun oleh Dewan Standard Akuntansi Keuangan (Ikatan Akuntan Indonesia), Dewan Syariah Nasional (Majelis Ulama Indonesia), Bank Indonesia, Departemen Keuangan dan praktisi, menjelaskan syariah merupakan ketentuan hukum Islam yang mengatur aktivitas umat manusia yang berisi perintah dan larangan, baik yang menyangkut hubungan interaksi vertical dengan Tuhan (Allah) maupun interaksi horizontal dengan sesama makhluk. Prinsip syariah yang berlaku namun dalam kegiatan muamalah (transaksi syariah) mengikat secara hukum bagi semua pelaku dan *stakeholder* entitas yang melakukan transaksi syariah.⁷

Selanjutnya bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁸

Dalam pengertian yang lain bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah.⁹

Jadi yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan bank yang menjalankan kegiatan usaha pokok, produk pembiayaan, produk jasa dan peredaran uang yang operasionalnya dijalankan berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan landasan hukum Al-Qur'an dan Al-Hadits yang berhubungan langsung secara vertical kepada Allah SWT dan horizontal kepada sesama manusia.

Dapat juga diartikan bahwasanya bank syariah adalah bank yang menjalankan operasionalnya dari segi produk layanan dan jasa yang menggunakan prinsip syariah dengan tidak meninggalkan landasan hukum dari Al-Qur'an dan Al-Hadits.

⁶ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Universitas Trisakti, 2011), 45.

⁷ Sofyan Harahap, Wiroso, & Muhammad Yusuf, *Akuntansi Perbankan Syariah (PSAK Syariah Baru)*, (Jakarta: LPFE Universitas Trisakti, 2010), 5.

⁸ *Ibid.*, 46.

⁹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2015), 29.



2) Landasan Hukum Bank Syariah

Landasan hukum yang utama dalam mengoperasionalkan bank syariah adalah Al-Qur'an dan Al-Hadits. Berikut ini akan disebutkan beberapa ayat-ayat dalam Al-Qur'an, antara lain:

- a Dalam ayat Al-Qur'an dijelaskan bahwa Allah menghalalkan suatu jual beli dan mengharamkan adanya riba dari jual beli tersebut. Yang akan dijelaskan dalam ayat berikut ini, yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ.

Artinya: "Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhan-nya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barang siapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya."¹⁰

- b Dalam ayat Al-Qur'an juga dijelaskan adanya larangan untuk memakan riba atau melebih-lebihkan harga dari yang semestinya atau ditetapkan oleh Allah SWT, dengan ayat yang berbunyi:

تَشْكُرُونَ. يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung."¹¹

- c Di dalam Al-Qur'an pula dijelaskan bahwasanya Allah telah melarang memakan harta sesama manusia dengan jalan yang bathil, terkecuali Allah membolehkan jual beli perdagangan atas dasar suka sama suka di antara kedua belah pihak, antara penjual dan pembeli. Ayat yang menjelaskan maksud di atas berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."¹²

¹⁰ Al-Qur'an, 2: 275.

¹¹ Al-Qur'an, 3: 130.

¹² Al-Qur'an, 4: 29.

Perbankan syariah perkembangan di Indonesia melalui beberapa tahap periode yaitu:¹³

a Periode sebelum tahun 1992

Pada periode ini Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPR-Syariah) didirikan sesuai dengan perundang-undang perbankan yang berlaku saat itu (bank konvensional), dan tidak ada ketentuan yang mengatur tentang bank syariah di samping masyarakat yang belum memungkinkan untuk diajak bertransaksi syariah, sehingga BPR-Syariah tersebut mati secara pelan-pelan.

b Periode tahun 1992 sampai dengan tahun 1998

Dalam periode ini lahir puluhan BPR Syariah dan satu Bank Umum Syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia. Pada periode ini Bank Syariah didirikan berdasarkan Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan. Dalam undang-undang nomor 7 tahun 1992 ini tidak dibahas secara jelas atau secara langsung tentang bank syariah, hanya dalam pasal 6 huruf m dan pasal 13 huruf c mengatur tentang usaha bank syariah yaitu:

Pasal 6

m Usaha Bank Umum: "Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah".

Pasal 13

c Usaha Bank Perkreditan Rakyat: "Menyediakan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam Peraturan Pemerintah". (pasal 13 huruf c)

Pada periode ini masing-masing Dewan Pengurus Syariah mengeluarkan fatwa masing-masing sehingga ketentuan syariah BPR Syariah yang satu berbeda dengan lain dan berbeda pula dengan fatwa yang dikeluarkan oleh DPS Bank Muamalat Indonesia. Pada periode ini Bank Syariah dalam menjalankan kegiatan usaha di bidang syariah sesuai kemampuan masing-masing, berdasarkan fatwa masing-masing Dewan Pengawas Syariah Bank yang bersangkutan.

c Periode tahun 1998 sampai dengan tahun 2008

Dari pengalaman dan kajian yang dilakukan ternyata bank syariah memiliki karakteristik yang berbeda dengan bank konvensional, maka Undang-undang nomor 7 tentang perbankan disempurnakan dengan undang-undang nomor 10 tahun 1998 tentang Perubahan Undang-undang nomor 7 tentang perbankan.



¹³ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, 48.

Oleh karena dalam undang-undang nomor 10 tahun 1998 telah dibahas bank syariah, pemerintah mencabut dua peraturan pemerintah tersebut di atas dengan peraturan pemerintah nomor 30 tahun 1998. Sebagai peraturan pelaksanaannya Bank Indonesia mulai tahun 1999 banyak mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia yang mengatur bank syariah. Ketentuan-ketentuan ini yang merupakan landasan hukum berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Syariah dan Bank Umum Syariah seperti Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, dan beberapa cabang syariah dari bank konvensional, seperti BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, Bank Jabar Syariah dan lain sebagainya.



d Periode setelah tahun 2008

Mulai tahun 2008 perbankan syariah memiliki undang-undang tersendiri, yaitu Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini secara lengkap sebagaimana tercantum dalam lampiran buku ini. Bank Syariah yang didirikan dan/atau menjalankan kegiatan usahanya mulai tahun 2008, sudah tentu berdasarkan Undang-undang nomor 21 dan seluruh peraturan pelaksanaannya. Ketentuan-ketentuan yang diatur berdasarkan Undang-undang nomor 10 tahun 1998 dan peraturan pelaksanaannya tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan Undang-undang nomor 21 tahun 2008.

3) Fungsi Bank Syariah

Dalam Undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, pasal 4 dijelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut:¹⁴

- a Bank Syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
- b Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi social dalam bentuk lembaga *baitul maal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana social lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
- c Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana social yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (*nazhir*) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
- d Pelaksanaan fungsi social sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Menurut AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) dalam pembukaan standar akuntansi, fungsi dan peran bank syariah yaitu sebagai berikut:¹⁵

- a Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- d Pelaksanaan kegiatan social, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana social lainnya.



¹⁴ Ibid., 77.

¹⁵ Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 45.

Bank syariah mempunyai dua peran utama, yaitu sebagai badan usaha (*tamwil*) dan badan social (*maal*). Sebagai badan usaha, bank syariah mempunyai beberapa fungsi, yaitu:¹⁶

- a Sebagai manajer investasi, bank syariah melakukan penghimpunan dana dari para investor atau nasabahnya dengan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* (titipan), *mudharabah* (bagi hasil) atau *ijarah* (sewa).
- b Sebagai investor, bank syariah melakukan penyaluran dana melalui kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa.
- c Sebagai penyedia jasa perbankan, bank syariah menyediakan jasa keuangan, jasa non keuangan, dan jasa keagenan. Pelayanan jasa keuangan antara lain dilakukan dengan prinsip *wakalah* (pemberian mandate), *kafalah* (bank garansi), *hiwalah* (pengalihan hutang), *rahn* (jaminan utang atau gadai), *qardh* (pinjaman kebajikan untuk dana talangan), *sharf* (jual beli valuta asing), dan lain-lain. Pelayanan jasa non keuangan dalam bentuk *wadi'ah yad amanah* (safe deposit box) dan pelayanan jasa keagenan dengan prinsip *mudharabah muqayyadah*,
- d Sebagai badan social, bank syariah mempunyai fungsi sebagai pengelola dana social untuk penghimpunan dan penyaluran zakat, infak dan shadaqah (ZIS), serta penyaluran *qardhul hasan* (pinjaman kebajikan).

4) Macam-macam Produk Bank Syariah

Di bawah ini akan dijelaskan beberapa produk perbankan syariah yang mayoritas telah dikenal dan digunakan oleh masyarakat semua kalangan. Produk-produk perbankan syariah tersebut adalah:¹⁷

a Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah

1) Sumber Dana dengan Akad *Wadi'ah*

Wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penyimpan menghendakinya. Prinsip *wadi'ah* dalam perbankan adalah diaplikasikan untuk produk tabungan *wadi'ah* dan giro *wadi'ah*.

a) Giro *Wadi'ah*

Dalam undang-undang no. 10 tahun 1998, pasal 1 ayat 6 disebutkan yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

b) Tabungan *Wadi'ah*

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak

¹⁶ Ascarya & Diana Yumanita, *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan PPSK Bank Indonesia, 2005), 13-14.

¹⁷ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, 118-441.

dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.

2) Sumber Dana dengan Akad *Mudharabah*

Dalam prinsip ini pemilik dana (pemodal) mendapatkan imbalan dalam bentuk bagi hasil, yaitu bagian dari hasil usaha yang diperoleh oleh bank syariah dalam pengelolaan dana mudharabah. Prinsip *mudharabah* ini dapat diaplikasikan dalam kegiatan usaha perbankan untuk produk tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*.

a) Tabungan *Mudharabah*

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek atau alat yang dapat dipersamakan dengan itu.

b) Deposito *Mudharabah*

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan. Ada dua jenis deposito berjangka:

(1) Deposito berjangka biasa

Deposito yang berakhir pada jangka waktu yang diperjanjikan, perpanjangan hanya dapat dilakukan setelah ada permohonan baru atau pemberitahuan dari penyimpan.

(2) Deposito berjangka otomatis (*Automatic roll over*)

Pada saat jatuh tempo, secara otomatis akan diperpanjang untuk jangka waktu yang sama tanpa pemberitahuan dari penyimpan.

b) Produk Penyaluran Dana Bank Syariah

Sesuai prinsip syariah, pengelolaan dana yang dilakukan oleh bank syariah dikelompokkan dalam tiga kelompok utama, yaitu:

1) Prinsip jual beli, yang dikategorikan dalam kelompok ini adalah:

a) *Murabahah*

Bai' Murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam *bai' murabahah*, penjual harus memberitahu harga produk yang ia beli dan menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Berdasarkan dari proses pengadaan barang, *murabahah* dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

(1) *Murabahah* tanpa pesanan adalah pengadaan barang yang merupakan obyek jual beli dilakukan tanpa memperhatikan ada yang pesan atau tidak, ada yang akan beli atau tidak, jika barang dagangan sudah menipis, penjual akan mencari tambahan barang dagangan. Pengadaan barang dilakukan atas dasar persediaan minimum yang harus dipelihara.

(2) *Murabahah* berdasarkan pesanan (pemesanan pembelian) adalah pengadaan barang (barang syariah sebagai pembeli) yang merupakan obyek jual beli, dilakukan atas dasar pesanan yang diterima (bank syariah sebagai penjual). Apabila tidak ada yang pesan maka tidak dilakukan pengadaan barang. Pengadaan barang sangat tergantung pada proses jual belinya.

b) *Salam*

Salam adalah akad jual beli *muslam fiih* (barang pesanan) dengan penangguhan pengiriman oleh *muslam ilaihi* (penjual) dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai dengan syarat-syarat tertentu.

c) *Istishna'*

Istishna' adalah akad jual beli antara *al-mustashni* (pembeli) dan *as-shani* (produsen yang juga bertindak sebagai penjual). Berdasarkan akad tersebut, pembeli menugasi produsen untuk menyediakan *al-mashnu* (barang pesanan) sesuai spesifikasi yang disyaratkan pembeli dan menjualnya dengan harga yang disepakati. Cara pembayaran dapat berupa pembayaran di muka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.

2) Bagi Hasil, yang dikategorikan kelompok ini adalah:

a) *Mudharabah*



Mudharabah adalah usaha yang berisiko (*risky business*) adalah akad kerjasama usaha antara pihak pemilik dana (*shahibul maal*) dengan pihak pengelola dana (*mudharib*) dimana keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati, sedangkan kerugian ditanggung pemilik dana (modal). Istilah lain dari *mudharabah* adalah *muqaradhah* dan *qiradh*.



b) *Musyarakah*

Musyarakah adalah akad antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (modal) dengan ketentuan bahwa keuntungan dan risiko (kerugian) akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

3) Ujroh atau upah, yang dikategorikan dalam kelompok ini adalah:

a) *Ijarah*

Ijarah adalah akad sewa-menyewa antara pemilik *ma'jur* (obyek sewa) dan *musta'jir* (penyewa) untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya.

b) *Ijarah Muntahiya Bit Tamlik* (IMBT)

Ijarah muntahiya bit tamlik adalah akad sewa-menyewa antara pemilik obyek sewa dan penyewa untuk mendapatkan imbalan atas obyek sewa yang disewakannya dengan “opsi perpindahan hak milik” obyek sewa pada saat tertentu sesuai dengan akad sewa.

c) *Ijarah Berlanjut* (Multijasa)

Obyek *Ijarah* adalah penggunaan manfaat asset berwujud dan tidak berwujud. Penggunaan manfaat asset tidak berwujud tersebut yang diterapkan untuk multijasa yang mempergunakan akad *Ijarah*. Dalam PSAK 59 tentang Akuntansi Perbankan Syariah hal ini sering disebut dengan “sewa disewakan kembali”.

c) Produk Jasa Layanan Bank Syariah

1) *Wakalah*

Wakalah adalah pelantikan seorang untuk mengambil tempat orang yang melantiknya untuk mengerjakan suatu tugas bagi pihaknya. *Wakalah* merupakan salah satu perjanjian yang memberikan kuasa orang yang mewakili kepada wakil untuk menjalankan suatu kerja bagi pihak diwakili itu. Prinsip *wakalah* ini dapat diaplikasikan dalam:

a) Pembukaan *Letter of Credit*

b) Inkaso

c) Transfer uang

d) Penyelesaian piutang dalam ekspor

e) Anjak piutang syariah

2) *Kafalah*

Kafalah atau jaminan adalah bertanggung jawab atas hak yang wajib bagi orang lain atau menghadirkan seseorang yang mempunyai suatu tanggung jawab untuk diambil tindakan atau mendapatkan suatu barang pengganti kepada pihak yang berhak. Dengan ini, berarti jaminan adalah menempatkan tanggung jawab seseorang kepada tanggung jawab orang lain. Prinsip *kafalah* ini dapat diaplikasikan dalam:

- a) Bank garansi
 - b) *Letter of Credit Impor*
 - c) *Letter of Credit Ekspor*
 - d) Penjaminan syariah
- 3) *Sharf*
Sharf adalah jual beli mata uang. Produk yang sesuai dengan akad ini adalah penukaran valuta asing yang merupakan jasa yang diberikan bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing yang sama (*single currency*) maupun berbeda (*multi currency*), yang hendak ditukarkan atau dikehendaki oleh nasabah.
- 4) *Hawalah* (Hiwalah)
Hawalah adalah akad pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada pihak lain yang wajib menanggung (membayar)-nya. Prinsip *hawalah* ini dapat diaplikasikan dalam penyelesaian utang dalam impor adalah pengalihan hutang dari pihak yang berhutang kepada LKS, kemudian LKS membayar hutang tersebut kepada pihak yang berpiutang atau pihak lain yang ditunjuk oleh pihak yang berpiutang.
- 5) *Rahn*
Rahn adalah menahan sesuatu dengan cara yang dibenarkan yang memungkinkan untuk ditarik kembali. Yaitu menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syara' sebagai jaminan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang semuanya atau sebagian. Juga termasuk *rahn* adalah transaksi yang menggunakan surat berharga (sebagai jaminan) dengan barang.

Tabel 2.1
Produk dan Akad Bank Syariah

Jenis Usaha	Produk/Jasa	Prinsip Syariah
Penghimpunan Dana	Giro	<i>Wadiah Yad Dhamanah</i>
	Tabungan	<i>Wadiah Yad Dhamanah dan Mudharabah</i>
	Deposito	<i>Mudharabah</i>
Penyaluran Dana	Dana Tabungan	<i>Qardh</i>
	Sewa Beli	<i>Ijarah Muntahiya bi Tamlik (Ijarah wa Iqtina')</i>
	Pembiayaan Modal Kerja	<i>Mudharabah, Musyarakah, Murabahah</i>

	Pembiayaan Proyek	<i>Mudharabah</i> atau <i>Musyarakah</i>
	Pembiayaan Sektor Pertanian	<i>Bai' bi Salam</i>
	Pembiayaan untuk Akuisi Aset	<i>Ijarah Muntahiya bi Tamlik</i>
	Pembiayaan Ekspor	<i>Mudharabah, Musyarakah</i> atau <i>Murabahah</i>
Jasa Layanan	Anjak Piutang	<i>Hiwalah</i>
	<i>Letter of Credit</i> (LC)	<i>Wakalah</i>
	Garansi Bank	<i>Kafalah</i>
	Inkaso, Transfer	<i>Wakalah</i> dan <i>Hiwalah</i>
	Surat berharga	<i>Mudharabah, Qardh, Bai' al-Dayn</i>

2. Strategi Pemasaran

1) Pengertian Strategi Pemasaran

Sebelum memasuki makna dari strategi atau konsep pemasaran perlu diketahui apa yang dimaksud dengan strategi dan pemasaran tersebut. Strategi adalah penetapan tujuan dasar jangka panjang dan sasaran perusahaan dan penerapan serangkaian tindakan, serta alokasi sumber daya yang penting untuk melaksanakan sasaran.¹⁸ Pemasaran merupakan aktivitas yang terorganisir dalam rangka menciptakan, menawarkan, menukarkan produk atau jasa yang memiliki nilai. Interaksi dalam proses pemasaran bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan.¹⁹

Setelah mengetahui definisi dari strategi dan pemasaran, maka yang dimaksud dengan strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran. Kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah-ubah.²⁰

2) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan social bagi kelangsungan hidup perusahaan.²¹ Menurut Kotler terdapat lima konsep yang melekat jika organisasi melakukan kegiatan pemasaran, yaitu:²²

a Konsep Produksi (*Production Concept*)

Konsep ini merupakan salah satu konsep tertua dalam bisnis dan menyatakan bahwa konsumen lebih suka produk yang tersedia secara luas (banyak) dan murah.

b Konsep Produk (*Product Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk-produk yang menawarkan kualitas paling tinggi, kinerja bagus dan memiliki fitur inovatif.

c Konsep Penjualan (*Selling Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen dan pelaku bisnis jika dibiarkan saja biasanya tidak akan melakukan pembelian produk dari perusahaan. Konsep ini mengasumsikan bahwa konsumen harus dibujuk supaya melakukan pembelian, sehingga perusahaan memiliki

¹⁸ Purwanto, *Marketing Strategic: Peningkatan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, (Surakarta: Platinum, 2008), 14.

¹⁹ Nur Asnawi, Muhammad Asnan Fanani, *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017), 108.

²⁰ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), Edisi. 1, Cet. ke-7, 168.

²¹ *Ibid.*, 106.

²² *Ibid.*, 109-110.

program penjualan dan instrument promosi guna merangsang pembelian.

d Konsep Pemasaran (*Marketing Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi supaya lebih efektif daripada para pesaingnya adalah menciptakan, menyampaikan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada target pasar yang dipilih.

e Konsep Pemasaran Sosial (*Social Marketing Concept*)

Konsep ini menyatakan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran (*target market*) dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing dengan tujuan melindungi atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3) Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Dalam pemasaran terdapat bauran pemasaran atau yang biasa disebut *marketing mix*. Dalam pemasaran konvensional bauran pemasaran identik dengan 4P yaitu *Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place*. Akan tetapi dalam pemasaran syariah maka terdapat pula bauran pemasaran syariah yang memiliki konsep 9P yaitu:²³

a Produk (*Product*)

Dalam perspektif *Islamic Marketing Mix* produk harus memenuhi ketentuan halal, tidak menyebabkan pikiran kotor atau rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung unsur riba dan maysir, bermoral, produk harus dalam kepemilikan yang sah, produk harus diserahkan dengan jelas karena penjualan produk fiktif tidak dapat dibenarkan, dan produk harus tepat secara kuantitas dan kualitasnya.

b Harga (*Price*)

Dalam Islam tidak dibenarkan menetapkan harga murah di bawah pasar, melarang praktik maysir atau menerima keuntungan tanpa bekerja, mengubah harga tanpa diikuti perubahan kuantitas atau kualitas produk, dilarang menipu pelanggan demi meraup keuntungan, diskriminasi harga di antara pelaku bisnis, melarang propaganda palsu melalui media, gambling (perjudian), penimbunan dan mengontrol harga yang berakibat pada kelangkaan pasokan, menimbun produk apapun dilarang dalam Islam. Islam menekankan praktik *pricing policy* secara sehat dan mengikuti hukum *demand* dan *supply* yang terjadi secara alami (mekanisme pasar).



²³ Ibid., 160-173.

c Tempat (*Place*)

Dalam Islam keberadaan manusia, peralatan, perusahaan yang terlibat dalam proses pemasaran harus transparan dan memuaskan pelanggan. Dalam konteks mekanisme distribusi, Islam memegang nilai-nilai etis yang meliputi menggunakan *packaging* keamanan yang memadai, dalam pengiriman kemasan disesuaikan dengan beban kargo, menghindari pengiriman menggunakan transportasi yang dapat menyebabkan kerusakan barang dan mekanisme return barang secara jelas.

d Promosi (*Promotion*)

Etika melakukan promosi dalam Islam adalah tidak diperbolehkan melakukan pelecehan terhadap suku, agama dan ras, eksploitasi perempuan dalam iklan, penggunaan fantasi yang berlebihan (bahasa hiperbolis) dan penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat dan menarik pelanggan. Semua pedoman dalam Islam tentang promosi ditujukan untuk menghilangkan praktik penipuan dan perlakuan tidak adil yang menimpa konsumen.

e Manusia (*People*)

Manusia memegang peranan penting dalam praktik pemasaran, baik sebagai produsen maupun konsumen. *Marketer* harus jujur dan bertanggung jawab kepada produk yang dibuatnya. *Marketer* Muslim harus memberikan perhatian dan perlindungan kepada supliernya, karyawan, *partner* bisnis, konsumen dan masyarakat. *Marketer* Muslim harus hati-hati dalam melakukan bisnisnya, bahkan Rasulullah SAW berpesan untuk menghindari produk dan jasa dilarang dalam Islam, menghindari barang meragukan, jujur dalam membeli dan menjual, menghindari kegiatan penipuan dan menghindari praktik spekulasi atau *gharar*.

f Proses (*Process*)

Dalam proses *marketer* harus memiliki integritas intelektual dan tingkat kesadaran yang lebih tinggi pada konsumen. *Marketer* harus menumbuhkan kepercayaan, berkomunikasi dan mempraktikkan nilai-nilai etika mendasar yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam melakukan proses *marketer* harus memiliki beberapa nilai-nilai dasar, seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, rasa hormat, keterbukaan dan kemasyarakatan.

g Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik yang menjadi parameter bauran pemasaran adalah:

- 1) Fasilitas Eksterior, meliputi: desain eksterior, signage (symbol, arah, petunjuk), parker, pemandangan dan lingkungan sekitarnya.
- 2) Fasilitas Interior, meliputi: unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjalankan bisnis, signage (symbol, arah, petunjuk), tata letak, kualitas sirkulasi udara dan suhu.

3) *Tangibles Other* (bukti fisik lain), meliputi: bukti fisik perusahaan, kartu nama, alat tulis pendukung proses, tagihan, laporan, penampilan karyawan, seragam dan brosur.

h Janji (*Promise*)

Menepati janji merupakan kewajiban seorang Muslim, berdosa apabila mengingkari, baik janji melalui lisan ataupun tulisan (surat perjanjian), bahkan melanggar janji itu salah satu tanda orang munafik sebagaimana sabda Rasulullah SAW., yang berbunyi:

عَلَامَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ: إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ وَ إِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ وَ إِذَا أُتْمِنَ خَانَ

Artinya: "Tanda orang munafik itu ada tiga, apabila ia berbicara ia berdusta, apabila ia berjanji ia mengingkari dan apabila ia dipercayai ia mengkhianati".

i Sabar (*Patience*)

Salah satu sifat *marketer* Muslim yang baik adalah sabar, dan sabar adalah sifat yang disukai oleh Allah SWT sebagaimana firman-Nya yaitu:

وَ أَطِيعُوا اللَّهَ وَ رَسُولَهُ وَ لَا تَتَّزَعُوا فَتَفْشَلُوا وَ تَذْهَبَ رِيحُكُمْ وَ اصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ.

*Artinya: Dan ta'atlah kepada Allah dan Rasul-Nya dan janganlah kamu berbantah-bantahan, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan hilang kekuatanmu dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah SWT bersama orang-orang yang sabar.*²⁴

وَ اصْبِرْ وَ مَا صَبْرُكَ إِلَّا بِاللَّهِ وَ لَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَ لَا تَكْ فِي ضَيْقٍ مِّمَّا يَمْكُرُونَ

*Artinya: Bersabarlah (hai Muhammad) dan tiadalah kesabaranmu itu melainkan dengan pertolongan Allah dan janganlah kamu bersedih hati terhadap (kekafiran) mereka dan janganlah kamu bersempit dada terhadap apa yang mereka tipudayakan.*²⁵

Sabar dalam praktik pemasaran berupa teliti dalam melayani permintaan pelanggan, bersahabat dalam menyampaikan informasi spesifikasi produk dan keunggulan maupun kelemahan produk.

3. Tabungan Haji

1) Pengertian Tabungan Haji

Tabungan menurut undang-undang Nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.²⁶

²⁴ Al-Qur'an, 8: 46.

²⁵ Al-Qur'an 16: 127.

²⁶ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), 92.

Tabungan haji adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai yang diperjanjikan.²⁷

Sehingga yang dimaksud dengan tabungan haji adalah simpanan yang menggunakan akad mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji.

2) Landasan Hukum Tabungan Haji

Di dalam setiap produk yang terdapat di perbankan syariah akan memiliki landasan hukum yang diterapkan menurut fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Menurut fatwa DSN MUI NO: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan, landasan hukum tabungan di bank syariah adalah sebagai berikut:²⁸

a Dalam QS. An-Nisa' (4): 29, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu. (Surat An-Nisa' (4): 29)

b Dalam QS. Al-Baqarah (2): 283, yang berbunyi:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتَمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ. (سورة البقرة (٢): ٢٨٣)

Artinya: Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhan-nya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. (Surat Al-Baqarah (2): 283)

c Dalam QS. Al-Maidah (5): 1, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجَلِّي الصَّيْدِ وَ أَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ. (سورة المائدة (٥): ١)

²⁷ www.mandirisyariah.co.id, "Tabungan Mabru" <https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-mabru>, (10 Juni 2019).

²⁸ Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa DSN-MUI", <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/12>, (19 Agustus 2019).

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah jani-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki. (Surat Al-Maidah (5): 1)

d Hadits Nabi SAW riwayat Tirmidzi, yang berbunyi:

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَ
الْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا.
(رواه الترمذي عن عمرو بن عوف)

Artinya: Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau yang menghalalkan yang haram. (HR. Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf)

e Hadits Nabi SAW riwayat Ibnu Majah, yang berbunyi:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبُرْكََةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ،
وَالْمُقَارَضَةُ، وَخَطُّ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ. (رواه ابن ماجه عن صهيب)

Artinya: Nabi bersabda: “Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib)

Selain beberapa dalil Al-Qur’an dan Hadits di atas, ada pula dalil Al-Qur’an yang menjadi landasan hukum dari akad *wadi’ah* yaitu terdapat dalam QS. Ali Imron (3): 75, yang berbunyi:²⁹

وَ مِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ مَنْ إِنْتَأَمَنَهُ بِقِنطَارٍ يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ وَ مِنْهُمْ مَنْ إِنْتَأَمَنَهُ بِدِينَارٍ
لَا يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ إِلَّا مَا دُمْتَ عَلَيْهِ قَائِمًا ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا لَيْسَ عَلَيْنَا فِي الْأُمِّيِّينَ
سَبِيلٌ وَ يَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ وَ هُمْ يَعْلَمُونَ. (سورة آل عمران (٣): ٧٥)

Artinya: Di antara ahli Kitab ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya harta yang banyak, dikembalikannya kepadamu; dan di antara mereka ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya satu dinar, tidak dikembalikannya kepadamu kecuali jika kamu selalu menagihnya. Yang demikian itu lantaran mereka mengatakan: “Tidak ada dosa bagi kami terhadap orang-orang ummi. Mereka berkata dusta terhadap Allah, padahal mereka mengetahui.” (Surat Ali Imron (3): 75)

Dari aspek teknis, *wadi’ah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan

dikembalikan kapan saja si penitip kehendaki. Seperti dalam QS. An-Nisa' (4): 58, yang berbunyi:³⁰

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا.
(سورة النساء (٤): ٥٨)

Artinya: Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sesungguhnya Allah sebaik-baik yang Memberi pengajaran kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar, Maha Melihat. (Surat An-Nisa' (4): 58)

Dasar hukum dalam pelaksanaan haji terdapat dalam potongan surat dalam Al-Qur'an yang berbunyi:

وَأَتِمُّوا الْحَجَّ وَالْعُمْرَةَ لِلَّهِ.....

Artinya: "Dan sempurnakanlah ibadah haji dan umrah karena Allah...."³¹

3) Akad Tabungan Haji

Menurut fatwa DSN MUI NO: 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan, maka tabungan ada dua jenis, yaitu:³²

- a Tabungan yang tidak dibenarkan secara syari'ah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
- b Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *Mudharabah* dan *Wadi'ah*, dengan ketentuan umum sebagai berikut:
Ketentuan umum tabungan berdasarkan *Mudharabah*:
 - 1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
 - 2) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syari'ah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
 - 3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
 - 4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
 - 5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
 - 6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

³⁰ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2015), Edisi 4, Cetakan Ke-3, 66.

³¹ Al-Qur'an, 2: 196.

³² www.sharialearn.wikidot.com, "Resources for Business & Sharia Practices" <http://sharialearn.wikidot.com/fdsn029>, (21 Agustus 2019).



Ketentuan umum tabungan berdasarkan *Wadi'ah*:

- 1) Bersifat simpanan.
- 2) Simpanan bisa diambil kapan saja (on call) atau berdasarkan kesepakatan.
- 3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Menurut fatwa DSN MUI NO: 29/DSN-MUI/VI/2002 tentang Pembiayaan Pengurusan Haji Lembaga Keuangan Syariah, yaitu memiliki ketentuan umum sebagai berikut:³³

- a Dalam pengurusan haji bagi nasabah, LKS dapat memperoleh imbalan jasa (*ujrah*) dengan menggunakan prinsip *al-ijarah* sesuai Fatwa DSN MUI nomor 9/DSN-MUI/IV/2000.
- b Apabila diperlukan, LKS dapat membantu menalangi pembayaran BPIH nasabah dengan menggunakan prinsip *al-Qardh* sesuai fatwa DSN MUI nomor 19/DSN-MUI/IV/2001.
- c Jasa pengurus haji yang dilakukan LKS tidak boleh dipersyaratkan dengan pemberian talangan haji.
- d Besar imbalan jasa *al-Ijarah* tidak boleh didasarkan pada jumlah talangan *al-Qardh* yang diberikan LKS kepada nasabah.

4. Produk Tabungan Mabru

Bank Syariah Mandiri adalah salah satu bank syariah yang memiliki produk tabungan haji yang dinamakan dengan produk tabungan mabrur. Seperti yang diketahui sebelumnya, yang dimaksud dengan produk tabungan mabrur yang ada di bank Syariah Mandiri adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai yang diperjanjikan.

Tabungan mabrur yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri bertujuan agar para calon jama'ah haji yang hendak menunaikan haji dapat memberikan kemudahan dalam pembayaran maupun proses-proses yang ada di dalamnya. Tabungan mabrur juga diharapkan dapat memberangkatkan calon jama'ah haji sesuai dengan nomor porsi dan memberikan kepuasan dengan menggunakan produknya tersebut.

Tabungan Mabru menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Mengapa Bank Syariah Mandiri menggunakan akad tersebut untuk produk tabungan haji? Karena uang yang telah ditabung ke Bank Syariah Mandiri akan dikelola lalu mendapatkan bagi hasil yang akan diberikan rata untuk bank maupun nasabahnya. Dan bagi hasil tersebut akan dimasukkan ke dalam tabungan haji setiap bulannya.

Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya telah memberikan kemudahan dalam setiap proses pembukaan produk Tabungan Mabru. Kemudahan yang didapatkan akan dirasakan oleh setiap nasabah dan calon nasabah dari awal



³³ www.sharialearn.wikidot.com, "Resources for Business & Sharia Practices" <http://sharialearn.wikidot.com/fdsn002>, (21 Agustus 2019).

proses pendaftaran, persyaratan, penyetoran awal sampai penyetoran uang tabungan di bulan-bulan yang selanjutnya. Pelayanan yang diberikan pun akan sangat ramah dan membuat nasabah maupun calon nasabah akan merasakan kenyamanan dari setiap pegawai maupun tempat dan fasilitas yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

C. METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan peneliti yaitu penelitian kualitatif yang merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, (lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti merupakan instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.³⁴

Penelitian ini bersifat studi kasus, yakni sumber data yang dibutuhkan berupa kata-kata dan tindakan serta data tambahan berupa dokumen, literatur, foto dan lain-lain Dalam menuangkan suatu tulisan, laporan penelitian kualitatif berisi kutipan-kutipan dari data atau fakta yang diungkap di lapangan untuk memberikan ilustrasi yang utuh dan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan.³⁵

2. Kehadiran Peneliti

Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah sebagai perencana, pelaksana pengumpulan data, analisis, penafsir data dan sekaligus menjadi pelopor penelitian.³⁶

Kehadiran peneliti dalam proses penelitian di obyek penelitian adalah mutlak diperlukan. Dalam artian seorang peneliti wajib hadir sebagai pelaku utama dalam proses penelitian yang tidak boleh diwakilkan.

3. Obyek Penelitian

Obyek penelitian dapat dinyatakan sebagai situasi sosial penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi di dalamnya. Pada obyek penelitian ini, peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (activity) orang-orang (actors) yang ada pada tempat (place) tertentu.

Obyek dari penelitian ini adalah implementasi strategi pemasaran pada produk Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

³⁴ Afifuddin & Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2012), 57-58.

³⁵ Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: ALFABETA, 2009), 28.

³⁶ Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1995), 121.

4. Jenis dan Sumber Data

a Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data utama yang terkait langsung dengan fokus penelitian. Data sekunder merupakan data pendukung, biasanya diambil dari dokumen-dokumen yang terkait dengan objek penelitian.³⁷

b Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data³⁸. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan wawancara yang terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, baik melalui orang maupun melalui catatan dokumen sifatnya lebih baku sering pula disebut “sumber pustaka baku” atau sifatnya lebih permanen, pada umumnya memiliki waktu, masa usia terbit yang lebih lama.³⁹

Pemahaman terhadap kedua jenis data di atas diperlukan sebagai landasan dalam menentukan teknik serta langkah-langkah pengumpulan data penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

a Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung.⁴⁰

Wawancara terdapat dua macam yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah merupakan model pilihan apabila pewawancara mengetahui apa yang tidak diketahuinya, dan karenanya dapat membuat kerangka pertanyaan yang tepat untuk memperolehnya. Sedangkan wawancara tidak terstruktur

³⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya, Airlangga University Press, 2001), 128.

³⁸ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2012), 164.

³⁹ Ibid., 164.

⁴⁰ Afifuddin & Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 131.

adalah sebuah model pilihan, apabila pewawancara tidak mengetahui tentang apa yang tidak diketahuinya, dan karena itu harus berpedoman pada informan untuk menceritakan pada mereka.⁴¹

Melalui teknik ini, penyusun mengambil data-data dengan melakukan wawancara terstruktur dengan pihak PT. Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya bertempat di Jl. KH Mas Mansyur No. 238, Ampel, Semampir, Surabaya, khususnya wawancara yang ditujukan kepada pimpinan cabang pembantu, staf *customer service*, serta 3 nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

b Dokumentasi

Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental yang lain. Data dokumen yang dipilih harus memiliki kredibilitas yang tinggi. Dengan menggunakan teknik ini, peneliti dapat menggunakan sampel yang besar. Selain itu, data yang diperlukan tidak terpengaruh oleh kehadiran peneliti sebagaimana teknik wawancara.⁴²

Dokumentasi merupakan seluruh data yang menunjang pengetahuan penyusun berkenaan dengan produk perbankan syariah, pengembangan produk bank syariah, sejarah berdiri, visi misi, tujuan didirikan, struktur organisasi di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dan informasi lain yang menunjang penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan lebih banyak bersifat uraian dari hasil wawancara dan studi dokumentasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisis secara kualitatif serta diuraikan dalam bentuk deskriptif. Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data.⁴³

Prinsip pokok teknik analisis kualitatif ialah mengolah dan menganalisis data-data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, teratur, terstruktur dan mempunyai makna. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan langkah-langkah seperti berikut⁴⁴:

- a Mengorganisasi Data. Cara ini dilakukan dengan membaca berulang-ulang data yang ada sehingga peneliti dapat menemukan data yang sesuai dengan penelitiannya dan membuang data yang tidak sesuai.
- b Membuat Kategori, menemukan tema, dan pola. Dalam hal ini, peneliti menentukan kategori yang merupakan proses yang cukup rumit karena peneliti harus mampu mengelompokkan data yang ada ke dalam suatu kategori dengan tema masing-masing sehingga pola keteraturan data menjadi terlihat secara jelas.

⁴¹ Djunaidi Ghony & Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 183.

⁴² Tajul Arifin, *Metode Penelitian Ekonomi* , 213.

⁴³ Ibid., 144

⁴⁴ Ibid., 159.

- c Mencari eksplanasi alternative data proses berikutnya ialah peneliti memberikan keterangan yang masuk akal data yang ada dan peneliti harus mampu menerangkan data tersebut dengan didasarkan pada hubungan logika makna yang terkandung dalam data tersebut.
- d Menulis laporan. Penulisan laporan merupakan bagian analisis kualitatif yang tidak terpisahkan. Dalam laporan ini, peneliti harus mampu menuliskan kata, frase, dan kalimat serta pengertian secara tepat yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan data dan hasil analisisnya.

Berdasarkan keterangan di atas, maka setiap tahap dalam proses tersebut dilakukan untuk mendapatkan keabsahan data dengan menelaah seluruh data yang ada dari berbagai sumber yang telah didapat dari lapangan dan dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya melalui metode wawancara terstruktur yang didukung dengan studi dokumentasi.

D. HASIL PENELITIAN

1. Paparan Data

a Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri

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

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

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi Bank Syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan system dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan

Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealism usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealism usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.⁴⁵

b Visi dan Misi⁴⁶

1) Visi Bank Syariah Mandiri:

a) Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan dan memakmurkan.

b) Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir professional.

c) Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

2) Misi Bank Syariah Mandiri

a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industry 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.

c Profil Perusahaan

- 1) Nama : PT. Bank Syariah Mandiri
- 2) Alamat : Jl. Kyai Mas Mansyur No. 238, Kelurahan Ampel, Kecamatan Semampir
- 3) Telepon : (031) 3574850, 3574851, 3574940
- 4) *Call Center* : 14040 atau 021-29534040
- 5) Situs Web : www.syariahmandiri.co.id

⁴⁵www.mandirisyariah.co.id, "Sejarah Bank Syariah Mandiri", <https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah>, (1 September 2019).

⁴⁶ Ibid.



6) Kode Bank : 451

d Produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya

Di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya memiliki produk dana dan jasa yang meliputi sebagai berikut:

1) Tabungan BSM

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

Manfaat yang dimiliki oleh Tabungan Bank Syariah Mandiri adalah:

- a) Aman dan terjamin.
- b) Online di seluruh outlet BSM.
- c) Bagi hasil yang kompetitif.
- d) Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit.
- e) Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking dan BSM Net Banking.
- f) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

2) BSM Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

Manfaat dari BSM Tabungan Investa Cendekia ialah:

- a) Bagi hasil yang kompetitif.
- b) Kemudahan perencanaan keuangan masa depan, khususnya pendidikan putra-putri.
- c) Perlindungan asuransi (sesuai dengan kepersertaan asuransi).

Tabel 4.1

Ketentuan Proses Seleksi Kebersertaan Asuransi:

	<i>Installment</i>	Keterangan
<i>Free Cover / Automatic Cover</i>	Rp 100.000-Rp 2.000.000	Perlindungan otomatis apabila terjadi resiko meninggal dunia karena atau bukan karena kecelakaan.
Non Medis	Rp 2.000.000 – Rp 4.000.000	Penabung diwajibkan mengisi pernyataan kesehatan yang ada di formulir Tabungan Investa Cendekia.



Medis	RP 4.000.000 – Rp 10.000.000	Penabung diwajibkan melakukan tes medis di klinik atau rumah sakit yang telah bekerja sama.
-------	------------------------------	---

Tabel 4.2
Manfaat Asuransi:

	Tahun Pertama Kebersertaan	Tahun Kedua Kebersertaan
Meninggal dunia karena sakit (bukan karena kecelakaan)	<ol style="list-style-type: none"> Proses seleksi kebersertaan asuransi Free Cover dan Medis Santunan manfaat sebesar 120x setoran bulanan dan maksimal Rp 200.000.000,- Proses seleksi kebersertaan asuransi non medis Santunan Manfaat sebesar 120x setoran bulanan (sesudah tiga bulan kebersertaan). 	<ol style="list-style-type: none"> Santunan manfaat asuransi sebesar 120 x setoran bulanan. Pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani.
Meninggal dunia atau cacat tetap total karena kecelakaan	<ol style="list-style-type: none"> Santunan manfaat asuransi sebesar 120x setoran bulanan. Pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani. 	<ol style="list-style-type: none"> Santunan manfaat asuransi sebesar 120x setoran bulanan. Pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani.

Tabel 4.3
Ketentuan Premi Asuransi

Periode Tabungan	Besarnya Premi
0 – 5 tahun	2.50%
6 – 10 tahun	3.50%
11 – 15 tahun	4.75%
15 – 20 tahun	6.50%

Ketentuan Premi Asuransi:

- a) Premi asuransi akan didebet secara otomatis dari setoran bulanan tabungan.
- b) Premi asuransi ditentukan berdasarkan periode produk.

Adapun persyaratan yang harus dipenuhi adalah:

- a) Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.
- b) Memiliki tabungan BSM sebagai rekening asal (*source account*).

3) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

Manfaat BSM Tabungan Berencana ialah:

- a) Bagi hasil yang kompetitif.
- b) Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang.
- c) Perlindungan asuransi secara gratis dan otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan.
- d) Jaminan pencapaian target dana.

Manfaat asuransi: santunan tunai berfungsi untuk memenuhi kekurangan target dana, sehingga manfaat asuransi dihitung dengan cara: (target dana – saldo saat klaim).

Persyaratan yang wajib dipenuhi yakni:

- a) Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.
- b) Memiliki Tabungan BSM sebagai rekening asal (*source account*).

4) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

Manfaat yang dimiliki oleh BSM Tabungan Simpatik yaitu:

- a) Aman dan terjamin.
- b) *Online* di seluruh *outlet* BSM.
- c) Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.
- d) Fasilitas BSM Card, yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit.
- e) Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking dan BSM Net Banking.
- f) Penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

Persyaratan yang harus dilengkapi adalah kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

5) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Manfaat dari TabunganKu yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri adalah:

- a) Aman dan terjamin dan *online* di seluruh *outlet* BSM.
- b) Bonus *wadi'ah* diberikan sesuai kebijakan bank.



Fasilitas yang diberikan dari TabunganKu ialah:

- a) Fasilitas Kartu TabunganKu, berfungsi sebagai kartu ATM dan debit.
- b) Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking dan BSM Net Banking.
- c) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

Persyaratan yang wajib dipenuhi hanya kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

6) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

Manfaat dari produk BSM Deposito ialah:

- a) Dana aman dan terjamin dan dikelola secara syariah.
- b) Bagi hasil yang kompetitif dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
- c) Fasilitas *Automatic Roll Over* (ARO).

Persyaratan yang harus dilengkapi oleh nasabah adalah:

- a) Perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah.
- b) Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP dan NPWP.

7) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yad dhamanah*.

Manfaat dari produk BSM Giro bagi nasabah yaitu:

- a) Dana aman dan tersedia setiap saat.
- b) Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau B/G.
- c) Fasilitas *Intercity Clearing* untuk kecepatan bayar inkaso (kliring antar wilayah).
- d) Fasilitas BSM Card, sebagai kartu ATM sekaligus debit (untuk perorangan).
- e) Fasilitas pengiriman *account statement* setiap awal bulan.
- f) Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.

Persyaratan yang harus dilengkapi adalah:

- a) Perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah.
- b) Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP dan NPWP.

8) BSM Card

Kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC/*Electronic Data Capturer*).

Manfaat yang dimiliki oleh BSM Card ialah:

- a) Kemudahan tarik tunai di seluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama dan ATM Prima.
- b) Kemudahan berbelanja di lebih dari 20.000 *merchant* yang menyediakan mesin EDC Prima BCA dan EDC Mandiri, antara lain: Carrefour, Giant, Hypermart, Toko Buku Gramedia, Alfamart,



Indomaret, Rumah Sakit Ibu dan Anak Hermina, Apotik Kimia Farma, SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum).

c) Program diskon di *merchant-merchant* tertentu.

9) BSM Mobile Banking GPRS

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui *mobile phone (handphone)* berbasis GPRS.

Manfaat dari produk BSM Mobile Banking GPRS adalah:

- a) Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
- b) Kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya di ATM.
- c) Biaya pulsa paling murah, kurang dari Rp 50 per transaksi.
- d) Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM Card dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
- e) Dilengkapi fitur special transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

Fasilitas atau fitur yang diberikan BSM Mobile Banking GPRS yakni sebagai berikut:

- a) Transfer antar rekening di BSM dan transfer rekening antar bank SKN.
- b) Transfer *real time* ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
- c) Transfer uang tunai (transfer ke bukan pemegang rekening).
- d) Pembelian pulsa.
- e) pembayaran premi asuransi dan zakat.
- f) Informasi saldo, muatasi dan sebagainya.

Adapun syarat untuk mendapatkan layanan BSM MBG ialah:

- 1) Memiliki rekening Tabungan atau BSM Giro.
- 2) Memiliki BSM Card yang masih aktif.
- 3) Menggunakan ponsel berfasilitas GPRS.
- 4) Mengisi formulir permohonan BSM MBG.

10) BSM Net Banking

BSM Net Banking adalah layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet.

Manfaat dari produk BSM Net Banking yaitu:

- a) Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
- b) Dapat mengelola sendiri transaksi keuangan.
- c) Pengamanan berlapis untuk setiap transaksi yang dilakukan di BSM Net Banking.
- d) Dilengkapi fitur special transfer *real time* ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

Fasilitas atau Fitur yang didapatkan oleh nasabah ialah:

- a) Transfer *real time* ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
- b) Transfer Uang Tunai (transfer ke bukan pemegang rekening).



- c) Transfer ke bank lain 9 kliring, RTGS.
- d) Pembayaran tagihan (telepon, listrik dan lain-lain).
- e) Pembelian pulsa.
- f) Informasi saldo dan data rekening nasabah serta cetak data mutasi transaksi.

Adapun proses pendaftaran BSM Net Banking adalah sebagai berikut:

- a) Mengisi data pribadi pada aplikasi permohonan fasilitas BSM Net Banking.
- b) Menerima PIN *Mailer* yang berisi *key code* (*user ID*, *password*, PIN Otorisasi dan TAN).
- c) Menandatangani lembar tanda terima PIN *mailer key code* dan menyerahkan kembali ke *Customer Service* untuk proses aktivasi.

Tabel 4.4
Biaya Transaksi Layanan:

No.	Jenis Transaksi Layanan	Biaya (Rp)
1.	Administrasi bulanan nasabah perorangan	2.500,-
2.	Administrasi bulanan nasabah perusahaan	10.000,-
3.	Cetak <i>key code</i> (nasabah baru) dan <i>reissue</i> TAN	Gratis
4.	<i>Reissue User ID, password</i> dan PIN Otorisasi	3.000,-
5.	Biaya transfer atau pindah buku antar rekening BSM	500,-
6.	Biaya transfer antar bank	6.500,-
7.	Biaya transfer uang tunai	35.000,-

11) Pengetahuan Produk Tabungan Mabru di Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri adalah salah satu bank syariah yang memiliki produk tabungan haji yang dinamakan dengan produk tabungan mabrur. Seperti yang diketahui sebelumnya, yang dimaksud dengan produk tabungan mabrur yang ada di bank Syariah Mandiri adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai yang diperjanjikan.

Tabungan mabrur yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri bertujuan agar para calon jama'ah haji yang hendak menunaikan haji dapat memberikan kemudahan dalam pembayaran maupun proses-proses yang ada di dalamnya. Tabungan mabrur juga diharapkan dapat memberangkatkan calon jama'ah haji sesuai dengan nomor porsi dan memberikan kepuasan dengan menggunakan produknya tersebut.

Tabungan Mabru menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Mengapa Bank Syariah Mandiri menggunakan akad tersebut untuk produk tabungan haji? Karena uang yang telah ditabung ke Bank



Syariah Mandiri akan dikelola lalu mendapatkan bagi hasil yang akan diberikan rata untuk bank maupun nasabahnya. Dan bagi hasil tersebut akan dimasukkan ke dalam tabungan haji setiap bulannya.

Proses membuka tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri sangat mudah. Untuk yang pertama, melalui proses pendaftaran, yaitu dengan pengisian formulir pembukaan rekening tabungan mabrur diisi dengan data diri dan nama orang tua atau wali secara lengkap. Untuk yang kedua, memberikan uang setoran awal minimal sebesar Rp 100.000. Setelah semuanya selesai maka nasabah dapat memiliki produk tabungan mabrur tersebut. Setelah mencapai jumlah dengan minimal Rp 25.100.000 , maka nasabah akan didaftarkan ke Sistem Komputerisasi Haji Terpadu atau yang disingkat dengan SISKOHAT.

Untuk lebih jelasnya tentang produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri sebagai berikut:

- a Manfaat yang dimiliki oleh Produk Tabungan Mabrur adalah:
 - 1) Aman dan terjamin.
 - 2) Kemudahan perencanaan keuangan untuk membantu pelaksanaan ibadah Haji dan Umrah.
 - 3) Kemudahan pendaftaran haji melalui SISKOHAT (Sistem Informasi dan Komputerisasi Haji Terpadu) Kementerian Agama.
 - 4) Kemudahan dalam penyetoran ke rekening tabungan.
- b Persyaratan yang harus dipenuhi hanyalah menunjukkan kartu identitas asli (KTP/SIM/Paspor) nasabah.
- c Karakteristik dari produk BSM Tabungan Mabrur ialah:
 - 1) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
 - 2) Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji / Umrah (BPIH).
 - 3) Setoran awal minimal Rp 100.000,-
 - 4) Setoran selanjutnya minimal Rp 100.000,-
 - 5) Saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp 25.100.000,- atau sesuai ketentuan dari Departemen Agama.
 - 6) Biaya penutupan rekening karena batal Rp 25.000,-
- d Keuntungan dari Produk Tabungan Haji

Dengan adanya produk tabungan haji di perbankan syariah dan perbankan non syariah dapat memudahkan calon jama'ah haji yang ingin menunaikan haji. Keuntungan dari produk tabungan haji atau tabungan mabrur ialah:⁴⁷

 - 1) Membantu meringankan penyiapan dana untuk menunaikan ibadah haji.
 - 2) Dapat dibuka di seluruh cabang Bank Mandiri.



⁴⁷ www.bankmandiri.co.id, "Tabungan Haji", <https://www.bankmandiri.co.id/tabungan-haji>., (22 Agustus 2019).

- 3) Gratis biaya pembukaan, administrasi dan penutupan rekening.
- 4) Penyetoran dapat dilakukan secara tunai di cabang atau melalui fasilitas pemindahbukuan melalui mandiri e-banking (mandiri atm, mandiri sms, mandiri internet, dan mandiri call).
- 5) Fasilitas autodebet dari rekening Mandiri Tabungan atau Mandiri Giro ke rekening Mandiri Tabungan Haji dan Umroh.

Dari produk tabungan mabrur yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri juga terdapat keuntungan. Keuntungan bisa didapatkan oleh nasabah yang membuka tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri. Keuntungannya ialah sebagai berikut:⁴⁸

- 1) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
- 2) Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah haji atau Umrah (BPIH).
- 3) Setoran awal minimal Rp 100.000,-
- 4) Setoran selanjutnya minimal Rp 100.000,-
- 5) Saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp 25.100.000 atau sesuai ketentuan dari Kementerian Agama
- 6) Biaya penutupan rekening karena batal Rp 25.000

Dari beberapa keuntungan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa keuntungan dari membuka produk tabungan haji atau tabungan mabrur di perbankan syariah dan perbankan non syariah adalah:

- 1) Kemudahan dalam membuka produk tabungan haji atau tabungan mabrur.
- 2) Saldo awal pembukaan tabungan berkisar antara Rp 50.000 – Rp 100.000. Setoran selanjutnya juga berkisar antara minimal Rp 50.000 – Rp 100.000.
- 3) Kemudahan dalam bertransaksi di bank.
- 4) Kemudahan dalam keringanan biaya untuk ibadah haji.
- 5) Memiliki sistem bagi hasil yang didapatkan oleh bank dan nasabah yang bersangkutan.
- 6) Tidak dikenakan biaya administrasi setiap bulan.
- 7) Setoran dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

2. Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

Seperti yang telah diketahui sebelumnya, di Indonesia telah banyak didirikan Bank Syariah yang tersebar di setiap penjuru kota. Dimana masing-masing Bank Syariah tersebut memiliki produk-produk yang dapat membantu masyarakat, masyarakat menengah ke atas maupun masyarakat menengah ke bawah dalam mewujudkan kebutuhan dan keinginan masyarakat tersebut.



⁴⁸ www.mandirisyahiah.co.id, “Tabungan Mabrur”, <https://www.mandirisyahiah.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-mabrur>. (22 Agustus 2019).

Didirikannya Bank Syariah di Indonesia juga dilandasi oleh fatwa-fatwa MUI yang mengatur tentang Bank Syariah dan produk-produknya. Sehingga diharapkan dengan hadirnya Bank Syariah dapat memenuhi potensi kebutuhan dan permintaan masyarakat sehingga mampu memenuhi keinginan pasar. Dengan begitu masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya dalam kehidupan.

Di antara sekian banyak Bank Syariah yang telah tersebar di seluruh Indonesia yang menggunakan prinsip syariah, terdapat salah satunya ialah Bank Syariah Mandiri yang ikut berperan dalam membantu dan memenuhi kebutuhan maupun permintaan untuk kesejahteraan masyarakat yang tidak menggunakan prinsip riba di dalamnya. Dikarenakan banyaknya Bank Syariah yang telah menyebar di seluruh kota di Indonesia, maka tidak menutup kemungkinan adanya persaingan antar Bank Syariah yang satu dengan yang lainnya dalam hal mendapatkan kepercayaan dan minat nasabah untuk menggunakan produk-produk maupun fitur-fitur yang telah disediakan pada masing-masing Bank Syariah. Bank Syariah Mandiri sendiri telah menyediakan kebijakan, produk maupun fitur dalam mengelola penghimpunan dana masyarakat.

Dengan adanya kebijakan tersebut diharapkan dapat mengurangi masalah-masalah yang kemungkinan akan terjadi yang dapat menyebabkan menurunnya kesehatan bank tersebut. Salah satu yang paling mendasar dan menjadi titik utama yang sangat diperlukan adalah bagaimana cara dan upaya bank syariah tersebut dalam menarik minat nasabah agar dapat bertahan ataupun meningkat dari yang sebelumnya.

Dalam Rukun Islam yang kelima yaitu Haji, bahwasanya diwajibkan hukumnya untuk menunaikan Ibadah Haji bagi yang sudah mampu. Akan tetapi di zaman yang serba modern di era revolusi digital ini, banyak kemudahan yang bisa didapatkan dari mana saja. Dengan adanya kemudahan tersebut banyak masyarakat yang tertarik untuk menunaikan Ibadah Haji dengan cara yang mudah yang bisa dilakukan bagi masyarakat kalangan menengah ke atas maupun masyarakat kalangan menengah ke bawah. Sehingga kebutuhan masyarakat dalam menunaikan Ibadah Haji semakin besar, terlebih telah ditetapkan adanya penambahan kuota untuk Indonesia dalam hal menunaikan Ibadah Haji. Maka dari itulah Bank Syariah Mandiri menyediakan produk Tabungan Mabrur dengan tujuan dapat memudahkan seluruh kalangan masyarakat untuk mempersiapkan keberangkatan dan menunaikan Ibadah Haji ataupun Umrah.

Strategi dalam memasarkan maupun menawarkan produk Tabungan Mabrur sangat diperlukan agar produk yang ditawarkan oleh bank dapat diterima oleh seluruh kalangan masyarakat umumnya dan masyarakat di sekitar Ampel Surabaya khususnya. Maka diperlukan strategi-strategi yang dapat diterima oleh masyarakat. Akan tetapi strategi-strategi yang dilakukan tersebut terkadang tidak semua berjalan lancar dan dapat diterima oleh masyarakat, yang dapat mengakibatkan kurangnya respon masyarakat maupun menurunnya tingkat minat masyarakat terhadap produk tersebut.

Ada beberapa prinsip strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur, prinsip strategi tersebut, ialah:

1. *Segmentation* (Segmentasi)

Mengalokasikan peluang dalam strategi yang dimiliki harus melihat dari beberapa pemikiran:

- a Lokasi, sangat penting dalam mensukseskan produk yang akan dipasarkan di masyarakat, dengan lokasi yang strategis bagi masyarakat maka akan memudahkan masyarakat ikut serta dalam produk yang dipasarkan. Bank Syariah Mandiri membagi lokasi dalam mencari peluang dengan menjemput nasabah yaitu pergi ke tempat-tempat yang strategis seperti Universitas, Perusahaan dan lain-lain.
- b Sumber Daya Manusia, SDM di sini dilihat dari segi kebiasaan masyarakat dan keinginan kebanyakan masyarakat dalam kebutuhannya, dengan menerima produk yang akan ditawarkan, serta melihat pekerjaan masyarakat, karena melihat biaya yang akan dikeluarkan dalam produk tabungan haji sangat besar dengan biaya Rp 25.000.000.

2. *Targetting* (Target)

Dilihat dari pertumbuhan keberangkatan haji pertahun sangat banyak, dengan peluang yang ada menjadikan produk ini diterima oleh masyarakat, sedangkan untuk target pasar, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel telah memilih siapa yang akan menjadi target untuk produk Tabungan Mabrur, dengan konsep yang ada, maka target yang dipilih yaitu seluruh lapisan masyarakat Muslim di Indonesia dengan beberapa syarat yang sudah ditentukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan memberikan kemudahan dan keringanan dalam penyetoran, saldo awal yang harus dibayarkan adalah Rp 100.000,- dengan penyetoran setiap bulan minimal Rp 100.000,- per bulan, yang memiliki persyaratan hanya dengan menyerahkan bukti kartu identitas KTP atau SIM atau Paspor.

3. *Positioning* (Posisi)

Dalam memasarkan produk Tabungan Mabrur dengan system bagi hasil, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel memberikan kemudahan dan fasilitas yang terbaik serta cepat dalam melayani konsumen. Dengan kemudahan penyetoran melalui online dan bekerja sama dengan travel-travel yang terpercaya.

4. *Differentiation* (Diferensiasi)

Dengan target yang sudah ditentukan, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel dalam memasarkan produknya bukan hanya menawarkan saja produk tersebut, akan tetapi dengan system menjemput bola, yang diartikan ialah mencari nasabah. Dengan cara menawarkan ke tempat-tempat yang sudah ditargetkan yaitu kampus-kampus, perusahaan relasi dan lain sebagainya.

Selain itu, dalam teknik strategi produk tabungan haji yang dilakukan, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya juga memberikan fasilitas dan



kemudahan dalam tabungan. Sehingga menimbulkan timbal balik yang saling menguntungkan yaitu nasabah menabung dalam produk tabungan mabrur dan Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya memberikan kemudahan dalam penyetoran perbulan dan pelayanan yang cepat dan memuaskan dalam melayani nasabah tersebut.

Marketing Mix (Bauran Pemasaran)

Dalam setiap produk disediakan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya memiliki strategi pemasaran. Strategi pemasaran sendiri memiliki nilai yang penting bagi para nasabah, baik itu dari orang yang ditargetkan, produk, harga, tempat dan promosi yang dilakukan untuk menarik minat nasabah terhadap produk tabungan mabrur ini.

Dalam menjalankan strategi pemasarannya, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya melakukan bauran pemasaran untuk mencapai target pemasaran yang dimilikinya. Bauran pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri ialah:

a *Product* (Produk)

Strategi untuk menarik minat nasabah yang dilakukan adalah dengan cara mencari nasabah bukan menunggu nasabah yang datang, dikarenakan produk tabungan mabrur ini banyak dicari orang dan dibutuhkan setiap orang untuk memenuhi kewajibannya dalam menunaikan ibadah Haji.

Dalam produk ini juga memberikann fasilitas-fasilitas untuk nasabah dalam memudahkan penggunaan produk tabungan mabrur ini, diantaranya:

- 1) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 2) Bagi hasil yang didapatkan untuk bank dan nasabah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
- 3) Setoran yang ringan untuk pembukaan rekening dan bulanan.
- 4) Online antar cabang.
- 5) Online dengan SISKOHAT Departemen Agama.
- 6) Setoran online antar bank.

b *Price* (Harga)

Setiap perusahaan dan lembaga dalam menentukan harga selalu berusaha memberikan pelayanan yang dapat dijangkau oleh kalangan menengah ke bawah. karena dilihat dari prinsip Bank Syariah yakni memberikan bantuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, maka dalam penentuan harga, lembaga atau perusahaan memberikan semurah-murahnya biaya untuk masyarakat khususnya kalangan menengah ke bawah. Maka dari itu, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya memberikan harga ddengan jumlah yang minimum yaitu setoran awal sebesar Rp 100.000,- dan setoran bulanan selanjutnya yaitu sebesar Rp 100.000,- per bulan.

c *Place* (Tempat)

Bank Syariah Mandiri dalam melakukan strategi tempat, selalu menuju dan survey secara langsung ke tempat-tempat yang ditargetkan, seperti sekolah, kampus, perusahaan, kantor-kantor, lembaga Islam lainnya yang akan menerima produk yang akan dipasarkan.

Selain melakukan survey lapangan, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya juga melakukan penawaran dan interkasi secara langsung produk tabungan mabrur ke setiap nasabah yang sudah membuka rekening tabungan tetapi belum memiliki produk tabungan mabrur. Dapat juga dilakukan dengan menawarkan produk tabungan mabrur kepada mahasiswa yang melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya tersebut. Sehingga



hasil dan respon yang didapatkan jauh lebih mudah dan lebih berhasil dalam menawarkan produk tabungan mabrur ini.

d *Promotion* (Promosi)

Promosi di setiap lembaga sangatlah perlu untuk dilakukan, karena dalam promosi tersebut dapat dilihat secara langsung oleh masyarakat. Promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya adalah dengan memasang iklan dan membuat brosur yang berisi tentang produk tabungan mabrur dan kemudahan fasilitas yang diberikan. Dapat juga melalui media iklan seperti poster, flag chain, standing panel, direct mail, sponsor dan lain-lain.

e *People* (Manusia)

Strategi yang terakhir Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya yang menjadi acuan adalah manusia atau personal. Dengan cara mengadakan beberapa kegiatan, diantaranya:

1) Melakukan seminar

Dengan seminar yang dilakukan dapat memberikan pengetahuan yang lebih kepada masyarakat yang belum mengetahui tentang Bank Syariah dan menawarkan produk-produk yang dimiliki Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

2) Melakukan kegiatan bakti social

Kegiatan social yang dilakukan adalah dengan ikut berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan besar seperti acara besar Islam dengan bekerja sama dan mendirikan stand Bank Syariah Mandiri di kegiatan tersebut sehingga Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dapat mempromosikan produk-produknya khususnya produk tabungan mabrur.

Pada dasarnya strategi pemasaran yang dimiliki oleh Bank Syariah mempunyai tujuan dan target tertentu. Tujuan dan target tersebut diadakan guna meningkatkan setiap produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri agar tercapainya suatu peningkatan dan menghindari adanya penurunan dari produk tersebut.

Begitu pula dengan produk tabungan mabrur. Produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya mengupayakan adanya suatu usaha dalam strategi pemasaran agar terjadinya suatu peningkatan yang akan membuat suatu kepuasan tersendiri bagi bank khususnya dan bagi masyarakat umumnya.

3. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya

Peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan kepada Bapak Yudhistiro Yudo Leksono selaku Pimpinan Cabang Pembantu terkait strategi pemasaran dalam meningkatkan produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, diantaranya sebagai berikut:

- a Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?
- b Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk tabungan mabrur kepada calon nasabah baru dan nasabah lama?
- c Apa kendala yang dialami dalam proses pemasaran produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?
- d Bagaimana peningkatan yang dialami oleh bank dari strategi pemasaran yang digunakan seperti yang disebutkan di atas?

Setelah ditelaah dari hasil wawancara oleh peneliti kepada pihak Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya yaitu Kepala Pimpinan Cabang Pembantu yaitu Bapak Yudhistiro Yudo Leksono bahwa banyak sekali usaha-usaha yang dilakukan oleh beliau pribadi maupun oleh bank untuk meningkatkan nasabah dalam menggunakan produk tabungan mabrur.

Yang pertama, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bapak Yudhistiro Yudo Leksono yaitu dengan menawarkan produk tabungan mabrur kepada keluarga, mitra kerja, lembaga keuangan syariah non bank, mahasiswa yang melakukan penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya. Beliau menawarkan produk tabungan mabrur melalui mulut ke mulut, secara langsung berhadapan dengan lawan bicaranya dan menceritakan pengalaman hidup yang beliau alami sendiri yang berkaitan dengan produk tabungan mabrur.

Yang dilakukan oleh Bapak Yudhistiro Yudo Leksono tidaklah semata-mata hanya untuk berkompromi, mendapatkan mitra kerja yang baru, mendapatkan nasabah yang baru atau memamerkan kehidupannya kepada orang lain. Akan tetapi beliau memiliki tujuan bahwa setiap produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya harus mengalami peningkatan setiap harinya yang dapat menunjukkan bahwa kinerja dari bank tersebut tidaklah mengalami penurunan maupun kestabilan yang tidak memiliki progress setiap harinya, tetapi justru kinerja bank akan mengalami peningkatan kinerja yang lebih baik yang dapat menjadi acuan bahwa Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya menjadi bank syariah yang dipercaya oleh banyak masyarakat kalantangan menengah ke bawah maupun masyarakat kalangan menengah ke atas.

Yang kedua, strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, yaitu dengan mengadakan kegiatan seminar yang memiliki target peserta dari kalangan umum, remaja hingga dewasa. Seminar ini biasanya berisi tentang pengenalan bank syariah kepada masyarakat dan penyampaian produk-produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP

Ampel Surabaya. Kegiatan selanjutnya yaitu kegiatan social yang bekerja sama dengan lembaga-lembaga Islam di Surabaya. Dengan tujuan menawarkan produk tabungan marur yang dapat memudahkan keberangkatan ibadah haji setiap orang serta kemudahan fasilitas yang akan didapatkan. Selain melakukan kegiatan dimana Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya terjun langsung ke kegiatan tersebut, diadakan pula penawaran produk melalui iklan-iklan seperti memasang di koran, membuat poster, membuat brosur dan lain-lain, yang nantinya akan disebarakan kepada para masyarakat sehingga dapat dibaca dan dipahami oleh seluruh kalangan masyarakat.

Setelah berbagai upaya yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dan Kepala Pimpinan Cabang Pembantu, Bapak Yudhistiro Yudo Leksono, membuahkan banyak hasil yang dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas dari bank tersebut.

Di dalam memasarkan produk-produknya, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya selain mengalami peningkatan dalam menjalankan strategi pemasarannya, juga mengalami adanya kendala-kendala yang harus dihadapi. Menurut Kepala Pimpinan Cabang Pembantu, Bapak Yudhistiro Yudo Leksono, kendala yang harus dihadapi diantaranya adalah banyak pesaing sesama bank syariah yang juga memasarkan produk tabungan hajinya, sehingga membuat Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya kewalahan, akan tetapi tidak menyurutkan semangat para manajer operasional dan manajer pemasaran untuk tetap memasarkan dan menawarkan seluruh produknya khususnya produk tabungan mabrur. Karena bank syariah memahami bahwasanya masyarakat sedang membutuhkan bantuan mereka demi membantu masyarakat dalam memudahkan keberangkatan ibadah haji dari proses menabung, mendapatkan porsi haji, pendaftaran melalui system online hingga pemberangkatan ibadah haji. Tidak menutup kemungkinan juga kepercayaan yang diberikan oleh para calon nasabah maupun nasabah menjadi titik berat yang harus diemban oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, karena amanah adalah sesuatu yang besar dari Allah yang tidak boleh dirusak begitu saja. Dengan masyarakat menggunakan produk yang ada atau membuka rekening tabungan mabrur, itu pula memberikan arti bahwa masyarakat mempercayakan uangnya untuk dikelola serta seluruh urusan perlengkapan yang bersangkutan dengan produk-produk tersebut.

Dari bulan ke bulan dan dari tahun ke tahun Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya menunjukkan hasil yang cukup signifikan dalam meningkatkan penggunaan produk Tabungan Mabrur oleh seluruh nasabah maupun calon nasabah. Persentase peningkatan nasabah dan calon nasabah yang menggunakan produk Tabungan Mabrur ini dapat dilihat dari tabel sebagaimana berikut.

Tabel 4.5

Persentase Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Mabrur



Pada Tahun 2019

No	Tahun / Bulan	Presentase
1	2019 / Januari – Maret	10 %
2	2019 / April - Juni	13 %
3	2019 / Juli – September	16 %

Apabila dilihat dari tabel persentase di atas dapat diartikan bahwa hanya dalam kurun waktu 3 bulan, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya telah berhasil mencari nasabah dan meningkatkan nasabah dalam penggunaan produk Tabungan Mabruur. Dalam setiap 3 bulan dapat meningkatkan 3 % dari persentase nasabah 3 bulan sebelumnya yang menggunakan produk tabungan mabrur.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dengan susunan pertanyaan terstruktur. Dari beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada beberapa nasabah yang ditemuinya di lokasi, dapat ditelaah dan dianalisis sebagai berikut:

- a Apa saja yang anda ketahui dari produk-produk di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?

Pertama, di antara sekian banyak produk-produk yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, hanya beberapa produk yang diketahui oleh para nasabah, yaitu Tabungan BSM, TabunganKu, Tabungan Mabruur, BSM Tabungan Berencana, dan BSM *Mobile Banking* GPRS. Dapat dikatakan demikian karena produk-produk tersebut di atas yang sering digunakan dan mayoritas dari nasabah menggunakannya karena menurut mereka produk-produk tersebut di atas merupakan produk yang sesuai dengan kebutuhan para nasabah.

- b Apa yang anda ketahui tentang produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?

Kedua, mengenai produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, para nasabah mengetahui definisi mengenai produk tabungan mabrur. Menurut para nasabah produk tabungan mabrur adalah produk yang diperuntukkan bagi nasabah yang ingin menunaikan ibadah Haji dengan cara menabung setiap bulan sesuai dengan kemampuan para nasabah. Dengan minimum setoran sejumlah Rp 100.000,- dan maksimum yang tidak diberi batasan.

- c Apa yang anda ketahui tentang akad yang digunakan dalam produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?

Ketiga, mengenai akad yang diberikan pada produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, para nasabah mengetahui bahwa akad yang diberikan yaitu akad *mudharabah muthlaqah* yaitu akad bagi hasil yang ketika nasabah menabungkan uangnya ke dalam rekening,

maka uang tersebut akan dikelola oleh bank dan hasil keuntungannya akan dibagikan kepada nasabah.

- d Apa manfaat yang anda rasakan setelah membuka produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?

Keempat, beberapa manfaat yang dirasakan oleh para nasabah setelah membuka rekening produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, yaitu memudahkan dalam mendapatkan porsi haji dan didaftarkan ke SISKOHAT, kemudahan dalam penyetoran uang ke dalam rekening secara online sehingga tidak mengharuskan nasabah datang ke bank untuk melakukan penyetoran uang atau dilakukan secara offline.

- e Bagaimana menurut anda mengenai produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?

Kelima, menurut para nasabah produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya benar-benar dapat membantu dalam kemudahan menunaikan ibadah Haji. Kemudahan dari awal pembukaan rekening tabungan mabrur, setoran awal yang ringan, setoran setiap bulan selanjutnya dengan minimum Rp 100.000,- dan maksimum yang tidak diberikan batasan, penyetoran yang dilakukan tidak hanya dengan offline atau dapat dikatakan dilakukan di bank, akan tetapi penyetoran juga dapat dilakukan secara online di mana pun, bagi hasil atau bonus yang didapatkan oleh nasabah, pendaftaran online ke SISKOHAT yang dibantu oleh pihak bank, sehingga seluruh persiapan yang dibutuhkan oleh nasabah yang dibantu pula oleh pihak bank.

- f Darimana kah anda mengetahui adanya produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?

Keenam, beberapa di antara para nasabah yang mengetahui tentang produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, mayoritas dari mereka mengetahuinya dari pencarian di internet ketika ingin membuka rekening tabungan haji dan hasilnya mereka mendapatkan produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri terdekat di daerah mereka. Ada juga yang mengetahui dari keluarga para nasabah sendiri yang memberikan saran untuk membuka rekening tabungan haji di Bank Syariah Mandiri yang terdekat. Ada juga yang tertarik membuka rekening tabungan mabrur saat diberikan penawaran oleh pihak *customer service*. Dan adapula yang mengetahuinya melalui brosur yang disediakan oleh pihak bank. Serta ada yang mengetahuinya melalui kerabat dekat dan teman dekat para nasabah.

- g Bagaimana anda tertarik untuk membuka rekening tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya?

Ketujuh, mengenai ketertarikan akan produk tabungan mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, para nasabah menjadi tertarik dengan produk tabungan mabrur dikarenakan kemudahan yang didapatkan dari awal proses pembukaan tabungan mabrur hingga proses pendaftaran dan penutupan tabungan mabrur. Manfaat yang diberikan juga menjadi

salah satu hal yang menjadi ketertarikan nasabah untuk membuka rekening tabungan mabrur. Selain itu persyaratan yang mudah untuk membuka rekening tabungan mabrur dan kemudahan-kemudahan lainnya yang dapat membuat para nasabah tertarik untuk membuka produk tabungan mabrur. Selain itu pula, kewajiban menunaikan ibadah Haji yang juga menjadi salah satu factor ketertarikan para nasabah.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Dalam kinerjanya untuk memasarkan produk Tabungan Mabrur yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya, diantaranya ialah:

a Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya adalah dengan menggunakan strategi menjemput bola serta tidak lepas dari memberikan kepuasan terhadap nasabah. Selain memberikan kepuasan kepada nasabah, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya juga memberikan kemudahan fasilitas bagi nasabah dalam membuka rekening, memudahkan penyetoran di awal pembukaan rekening serta penyetoran selanjutnya setiap bulan. Selanjutnya memberikan penjelasan kepada nasabah bahwa produk yang ditawarkan kepada masyarakat dapat dipercaya dengan bukti-bukti yang ada agar masyarakat tidak mengalami keraguan dalam mempercayakan kebutuhannya kepada Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

b Implementasi Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Produk Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

c Dalam meningkatkan pemasaran produknya, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya menawarkan produknya melalui kegiatan langsung dan tidak langsung. Kegiatan langsung yaitu dengan melakukan seminar dan melakukan kegiatan social dengan bekerja sama dalam acara besar Islam. Adapun kegiatan tidak langsung yaitu dengan memasang iklan di media social, membuat poster, brosur, dan lain-lain yang berisi penjelasan tentang produk-produk khususnya produk Tabungan Mabrur.

d Dalam memasarkan produk-produknya, Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya juga mengalami kendala-kendala yang harus dihadapi, diantaranya adalah banyaknya pesaing sesama Bank Syariah yang juga memiliki produk tabungan haji yang dapat membuat masyarakat bimbang dalam memilih Bank Syariah mana yang terbaik. Akan tetapi tidak menyurutkan semangat manajemen operasional dan manajemen pemasaran dalam memasarkan produk-produknya untuk mendapatkan kepercayaan yang besar dari masyarakat.

2. Saran

a Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dapat memasarkan produk-produknya lebih luas lagi, dikarenakan minimnya pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya berpindah dari bank konvensional ke bank syariah,



yaitu dengan cara memasarkan produk-produknya melalui media iklan seperti di media sosial, di media televisi, maupun secara offline dengan memasang spanduk, membuat X Banner dan lain-lain.

- b Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dapat meningkatkan produk Tabungan Maburur maka diharapkan untuk memasang iklan di media social secara lebih signifikan dan menarik agar dapat dilihat oleh masyarakat luas.
- c Pimpinan Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dapat memberikan pengetahuan kepada seluruh pegawainya tentang seluruh produk-produknya khususnya produk Tabungan Maburur, selain untuk menambah pengetahuan juga dapat memberikan jawaban yang memuaskan kepada para nasabah yang ingin mengetahuinya.
- d Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya dapat memperluas kerjasama dengan lembaga-lembaga Islam dan Instansi terkait untuk menarik calon nasabah sehingga dapat meningkatkan target khususnya pada produk Tabungan Maburur.
- e Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lagi bagian apa saja yang belum dijelaskan, memperbaiki penulisan apabila ada kekeliruan dan memperbarui hal yang berkaitan dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Maburur di Bank Syariah Mandiri KCP Ampel Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin & Saebani, Beni Ahmad., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2012, Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Arifin, Tajul, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014).
- Ascarya & Yumanita, Diana., *Bank Syariah: Gambaran Umum*, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan PPSK Bank Indonesia, 2005).
- Asnawi, Nur. & Fanani, Muhammad Asnan., *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017).
- Assauri, Sofjan., *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Startegi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004).
- Bungin, Burhan., *Metodologi Penelitian Sosial Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, 2001, Surabaya: Airlangga University Press.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Al-Karim*, (Bandung: CV. Diponegoro, 2007).
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia "Fatwa DSN-MUI", <https://dsnmu.or.id/kategori/fatwa/page/12>, (19 Agustus 2019).
- Ghony, Djunaidi., & Almanshur, Fauzan., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2012, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Harahap, Sofyan., Wirosu, & Yusuf, Muhammad., *Akuntansi Perbankan Syariah (PSAK Syariah Baru)*, (Jakarta: LPFE Universitas Trisakti, 2010).
- Juwita, Septi., "Implementasi Akad Mudharabah Pada Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KCP Pati". (Tugas Akhir-Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2018).
- Muafidah, Lailatul., "Variasi Pelaksanaan Akad Produk Tabungan Haji di Perbankan Syariah Kabupaten Ponorogo". (Skripsi- Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2017).
- Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014).
- Moleong, Lexy., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1995).
- Nurcholishmadjid.org
- Purwanto, *Marketing Strategic: Peningkatan Pangsa Pasar dan Daya Saing*, (Surakarta: Platinum, 2008).
- Rachmania, Kety., "Tinjauan Mekanisme Pengelolaan Tabungan Haji Pada Bank BTN Syariah". (Tugas Akhir- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor).
- Sarwani, Denny, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabror Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang". (Skripsi-Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- Sarwat, Ahmad, *Seri Fiqih Kehidupan (6): Haji*, 2011, Jakarta Selatan: DU Publishing.
- Satori, Djam'an., & Komariah, Aan., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 2009, Bandung: ALFABETA.

Suciasih, Junia., "Strategi Pemasaran Produk BSM Tabungan Mabruur Melalui Program ABATANA di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto". (Tugas Akhir-Institut Agama Islam Negeri Purwokerto).

Sudarsono, Heri., *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah (Deskripsi dan Ilustrasi)*, (Yogyakarta: EKONISIA, 2015).

Sugono, Dendy dkk, *Kamus Bahasa Indonesia*, 2008, Jakarta: Pusat Bahasa.

Usman, Nurdin., *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*, 2002, Jakarta: Grasindo.

Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: LPFE Universitas Trisakti, 2011).

www.mandirisyariah.co.id

www.sharialearn.wikidot.com

