

**STRATEGI PROMOSI TABUNGAN IB MARTABE MUDHARABAH  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH  
BINJAI**

**SKRIPSI MINOR**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat dalam  
Mencapai Gelar Ahli Madya (A.md)

**Oleh :**

**MIFTAHUL CHAIRANI BATUBARA**

**NIM. 25.13.3.052**



**JURUSAN DIII PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2016**

**STRATEGI PROMOSI TABUNGAN IB MARTABE MUDHARABAH  
DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH  
PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH  
BINJAI**

**SKRIPSI MINOR**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat dalam  
Mencapai Gelar Ahli Madya (A.md)

Oleh :

**MIFTAHUL CHAIRANI BATUBARA**

**NIM. 25.13.3.052**



**Pembimbing I**

**ALIYUDDIN ABDUL RASYID,LC,MA**

**NIP: 196506282003021001**

**JURUSAN DIII PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2016**

## PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul: Strategi Promosi Tabungan IB Martabe Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai, telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, Pada tanggal 24 Maret 2016

Skripsi ini telah diterima sebagai syarat untuk mendapat gelar Ahli Madya (Amd) pada program Diploma III Perbankan Syariah UIN Sumatera Utara.

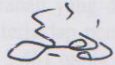
Medan, Maret 2016

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua

Sekretaris

  
Zuhri M. Nawawi, MA

NIP. 19760818 200710 1 001

  
Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, MA

NIP. 19790701 200912 2 003

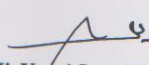
Anggota

Penguji I

Penguji II

  
ALIYUDDIN A. RASYID, Lc. MA

NIP: 19650628 200302 1 001

  
Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, MA

NIP. 19790701 200912 2 003

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara

  
Dr. H. Azhari Akmal Tarigan, M. Ag  
NIP. 19721204 199803 1 0

## IKHTISAR

### **Strategi Promosi Tabungan IB Martabe Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai, Skripsi Minor D-III Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,2016.**

Tabungan Mudharabah adalah simpanan pihak ketiga di bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau beberapa kali sesuai dengan perjanjian antara kedua belah pihak. Dalam hal ini, Bank bertindak sebagai mudharib dan penabung sebagai shahibul maal. Bank akan membagi keuntungan kepada penabung sesuai dengan nisbah yang telah ditetapkan dengan persetujuan bersama. Pembagian keuntungan dapat dilakukan setiap bulan berdasarkan saldo minimal yang mengendap selama periode tersebut. Maksud dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi dan data yang mendukung dalam penelitian secara deskriptif. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang digunakan Bank Sumut KCP Syariah Binjai dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi Bank Sumut KCP Syariah Binjai dalam menjalankan strategi promosi, analisis data menunjukkan bahwa pelaksanaan promosi tabungan mudharabah telah dilaksanakan dengan cara memberi brosur kepada masyarakat, membuat spanduk didinding depan bank dan melakukan promosi secara door to door. Dari hasil strategi promosi tabungan mudharabah yang dilakukan Bank Sumut KCP Syariah Binjai mempunyai pengaruh yang positif terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan mudharabah yaitu mencapai jumlah 3.481 orang dimana setiap tahunnya jumlah nasabah tabungan mudharabah PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai mengalami peningkatan.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah SWT bahwa dengan ridho dan rahmatnya penulis masih diberi kesehatan dan keselamatan sehingga dapat menyelesaikan skripsi minor ini tepat pada waktunya. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma-III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Skripsi ini berjudul: “ **STRATEGI PROMOSI TABUNGAN IB MARTABE MUDHARABAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH BINJAI**”

Dalam penulisan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari hambatan-hambatan dan kesulitan dalam menyelesaikannya. Namun, dengan usaha dan do'a serta kerja keras yang maksimal dan bantuan dari banyak pihak sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi minor ini.

Sembah sujud kepada orang tua tercinta yang pada setiap sembah sujud selalu melantunkan melodi do'a sebagai secercah cahaya dalam setiap langkahku.

Kepada Ayahanda tercinta Alm. Darmawi Batubara. Terimakasih ayah atas perjuanganmu untukku serta pengorbanan yang kau berikan kepadaku, sampai akhir hayatmu engkau selalu mendo'akan ku disetiap sujudmu yang menjadi penegar dan penyemangat dalam hidupku. Juga kepada Ibunda tercinta Chairiah yang senantiasa memberikan Do'a tulus dan mencurahkan segala kasih sayang, motivasi serta memberikan semangat yang tiada henti kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi minor ini. Terimakasih Ibunda yang selalu menghadiahkan senyuman hangat kepada penulis yang akan selalu aku butuhkan sebagai peneguh

disetiap langkahku, sebagai penawar setiap gentar untuk menaklukan kelam dunia. Tanpa jasa Ayahanda dan Ibunda tercinta penulis tidak akan bisa menjadi seperti ini.

Pada kesempatan ini juga dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Disamping itu, penulis akan memberi penghargaan yang sangat besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nur Ahmad Fadhil Lubis, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. H. Azhari Akmal Tarigan, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
3. Bapak Zuhrial M. Nawawi, MA sebagai Ketua Jurusan Program Diploma-III Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Aliyuddin Abdul Rasyid, Lc, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan kepada penulis.
5. Bapak Hendra Harmain, M. Pd sebagai dosen pembimbing akademik penulis selama masa perkuliahan.
6. Untuk ibu Nurbaiti Sirait terimakasih sudah mempermudah seluruh urusan penulis selama Diploma-III Perbankan Syariah UIN-SU
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN-SU.
8. Kepada Ibu Sumarni Simarmata, SE selaku pimpinan Bank Sumut Syariah KCP Syariah Binjai yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan kerja praktik magang di perusahaan yang beliau pimpin. Serta untuk seluruh karyawan PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai.
9. Kepada kakakku tercinta Chairunnisa S.pd dan Abang iparku Irfan Eriadi terimakasih telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi serta memberikan bantuan moril maupun materil kepada penulis.
10. Untuk keponakan Ibu tersayang M. Arkana Ghifarry Eriadi terimakasih selalu memberikan senyuman semangat kepada ibu.

11. Untuk keluarga besar Muh. Kondori dan keluarga besar Hindun Batubara terimakasih untuk do'a yang diberikan kepada penulis.
12. Kepada keluarga Pak Goto terimakasih sudah menjaga penulis selama menempuh perkuliahan di UIN-SU.
13. Kepada sahabat-sahabat terbaikku Nida, Yuni, Dayana, Putri, Intan, Rida, Iki, Randy, Yasir, Rizky, Lulu, Kiki, Una, Tia, dan Amar terimakasih atas dukungan dan motivasi serta kebersamaan selama ini.
14. Untuk yang teristimewa “ Selamat Juhari” terimakasih sudah memberikan semangat yang tiada henti kepada penulis dan menemani penulis dari awal hingga akhir perjuangan ini.
15. Untuk teman-teman di kelas B DIII Perbankan Syariah yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis terimakasih untuk kebersamaan selama ini.

Demikian yang dapat penulis uraikan dalam kata pengantar ini, dengan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua sebagai referensi atau rujukan mengenai PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai serta sebagai penambah ilmu untuk keluarga besar UIN-SU. Maka apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi minor ini, penulis berharap masukan dan kritik yang membangun bagi kemajuan kita semua.

*Wassalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Medan, 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>IKHTISAR</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Metode Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS</b>	
A. Strategi Promosi .....	11
1. Pengertian Strategi Promosi.....	11
2. Metode Promosi .....	15
3. Syarat-syarat Promosi .....	15
4. Promosi Dalam Aspek Ekonomi Islam.....	17
B. Tabungan .....	24
1. Pengertian Tabungan.....	24
2. Sarana Penarikan.....	26
C. Tabungan Mudharabah.....	28
1. Pengertian Tabungan Mudharabah .....	28
2. Rukun Mudharabah.....	30
3. Syarat Mudharabah .....	30
4. Jenis-jenis Mudharabah.....	31



5. Aplikasi Mudharabah Dalam Perbankan .....	35
6. Manfaat Mudharabah .....	36

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

A. Sejarah Singkat PT. Bank Sumut.....	40
B. Visi Dan Misi Bank Sumut.....	42
C. Makna Logo Bank Sumut .....	43
D. Struktur Organisasi .....	45
E. Ruang Lingkup Bidang Usaha .....	46

### **BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Temuan .....	53
B. Pembahasan .....	58
1. Strategi Promosi Tabungan Mudharabah.....	58
2. Hambatan-hambatan Pada Strategi Promosi.....	59

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
-----------------------------	-----------

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Bank merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada pihak yang membutuhkan dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam sistem perekonomian yang semakin bertumbuh seiring dengan bertumbuhnya kebutuhan masyarakat.

Dunia perbankan telah mengalami banyak perubahan dari tahun ketahun antara lain semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat dengan jasa perbankan, baik karena adanya rasa waspada terhadap masa yang akan datang sehingga masyarakat ingin menyimpan sebagian dananya, maupun untuk kelancaran usaha mereka. Dengan bertambahnya kebutuhan tersebut, maka perbankan juga harus meningkatkan pula tingkat pelayanan mereka kepada masyarakat agar mampu melindungi secara baik dana yang dititipkan masyarakat kepadanya. Hal ini ditandai dengan adanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan dalam bentuk simpanan.<sup>1</sup>

Menurut Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 Tentang perbankan belum ada ketentuan yang lebih rinci mengenai bank yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Keberadaan Bank Syariah baru dapat pengakuan yang tegas serta memberi peluang yang lebih besar bagi perkembangannya dengan di undangya Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, khususnya Pasal 6 huruf M Bank umum atau Bank Perkreditan Syariah dapat beroperasi

---

<sup>1</sup> Al-Arif, Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2010, h.34

menggunakan prinsip syariah atau bank umum konvensional juga dapat menjalankan kegiatan syariah disamping kegiatan konvensional. Sistem ini disebut *Dual Banking System*, maksudnya dari *Dual Banking System* ada terselenggaranya dua sistem perbankan (konvensional dan syariah) secara berdampingan yang dilaksanakan diatur dalam berbagai perundang-undangan yang berlaku.<sup>2</sup>

Perkembangan setiap bank sangat dipengaruhi oleh bagaimana kemampuannya dalam menghimpun dana dari masyarakat yang berskala kecil maupun besar dalam waktu pengendapan yang memadai. Hal ini dikarenakan dengan tanpa adanya dana yang cukup maka bank tidak dapat berfungsi dan berakifitas sama sekali. Dalam bank konvensional penghimpunan dana dari masyarakat dikenal dengan tabungan, deposito, dan giro sama halnya pada bank syariah, tetapi bank syariah lebih kepada prinsip-prinsip syariah yang menggunakan akad *Mudharabah*.

*Mudharabah* adalah perjanjian atas suatu jenis kerja sama usaha dimana pihak pertama menyediakan dana dan pihak kedua bertanggungjawab atas pengelolaan usaha. Pihak yang menyediakan dana biasanya disebut dengan istilah shahibul maal, sedangkan pihak pengelola usaha disebut dengan istilah mudharib. Keuntungan hasil dibagikan sesuai dengan kesepakatan nisbah bagi hasil yang telah disepakati antara kedua belah pihak. Akan tetapi kerugian shahibul maal akan kehilangan imbalan dari hasil kerjanya selama proyek berlangsung.

Dalam praktiknya mudharabah terbagi dalam dua jenis yaitu *mudharabah muthalaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Dimana *mudharabah mutalaqah*

---

<sup>2</sup> Usanti. P. Trisadini dan Abdul Shomad. *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta : Bumi Aksara.2003.Hal.2

mempunyai arti yaitu kerjasama antara pihak pertama dengan pihak yang cakupannya lebih luas, maksudnya tidak dibatasi oleh waktu, spesifikasi usaha dan daerah bisnis. Sedangkan *mudharabah muqayyadah* merupakan kebalikan dari *mdharabah mutalaqah* dimana pihak lain dibatasi oleh spesifikasi usaha dan daerah bisnis.

Dalam dunia perbankan *Al-Mudharabah* biasanya diaplikasikan pada produk pembiayaan atau pendanaan seperti modal kerja. Dana untuk kegiatan *mudharabah* diambil dari simpanan tabungan berjangka seperti tabungan haji dan tabungan kurban. Dan dapat dilakukan dari deposito biasa dan deposito spesial yang dititipkan nasabah untuk usaha tertentu.<sup>3</sup>

Pemasaran bank harus dikelola secara matang mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai dengan pengendaliannya. Pengelola pemasaran bank meliputi strategi yang diantaranya meliputi strategi harga, strategi lokasi dan lay out serta strategi promosi. Masing-masing kegiatan ini harus dilakukan secara terpadu dan tidak dilakukan secara terpisah antara satu dengan lainnya.

Menurut Asseal promosi merupakan salah satu bagian terpenting yang harus dilakukan dalam kegiatan pemasaran, baik yang dilakukan perusahaan secara umum maupun kegiatan promosi yang dilakukan oleh bank. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki oleh bank baik secara langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah atau masyarakat luas dapat mengenal bank.

---

<sup>3</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta:Kencana Prenanda Media Group ,2011 ,h.89

Promosi akan mempengaruhi jumlah nasabah, yaitu peningkatan jumlah nasabah. Yang mengakibatkan jumlah dana bank berasal dari pihak ketiga akan meningkat pula. Dan sebaliknya pemasaran yang kurang baik, akan mengakibatkan sedikit jumlah nasabah. Dengan adanya pemasaran yang baik maka bank tidak ragu dalam menghadapi persaingan dunia perbankan yang sangat ketat.<sup>4</sup>

Perusahaan harus memperhatikan faktor profesionalisme, bagi hasil, kualitas pelayanan, fasilitas, reability, assurance, emphaty, tangibles yang unggul akan membantu perusahaan perbankan untuk meningkatkan jumlah nasabah menggunakan jasa perbankan yang ditawarkan oleh karena itu perusahaan jasa perbankan harus memperhatikan faktor-faktor tersebut guna mencapai keberhasilan perusahaan.

Tujuan pemenuhan kebutuhan maupun keinginan adalah tercapainya tingkat kepuasan setinggi mungkin, sehingga akan menyebabkan nasabah menjadi loyal kepada bank. Kemampuan produk untuk memberikan kepuasan tertinggi kepada pemakainya akan menguatkan kedudukan atau posisi produk tersebut dalam nasabah loyal maka nasabah akan mengajak kerabat dan temannya untuk menjadi nasabah pada bank tersebut dan hal ini akan berdampak positif pada bank sehingga tujuan yang diharapkan oleh perusahaan dapat tercapainya perusahaan yang bertujuan memberikan kepuasan tertinggi bagi nasabah akan berusaha menetapkan strategi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah. Upaya kearah itu dilakukan melalui studi atau penelitain dengan maksud mencari sejumlah informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam menabung suatu produk.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Asseal, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2011,h.72

<sup>5</sup> Amri Marzali, *Kebijakan Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2006,h.20

Tabel 1.1

Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan IB Martabe Mudharabah  
Setiap Tahun Pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Binjai

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2012	514
2	2013	700
3	2014	973
4	2015	1.294
Total		3.481

Sumber PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada tahun pertama yaitu pada tahun 2012 dalam waktu dua belas bulan (Januari-Desember) jumlah nasabah mencapai 514 orang, yang kemudian meningkat pesat yaitu pada tahun 2013 jumlah nasabah mencapai 700 orang. Diikuti pada tahun selanjutnya pada tahun 2014 dan tahun 2015 jumlah nasabah tabungan IB Martabe Mudharabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai mengalami kenaikan jumlah nasabah yang sangat signifikan yaitu pada tahun 2014 berjumlah 973 orang dan pada tahun 2015 berjumlah 1.294 orang dan ditotalkan berjumlah 3.481 orang. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai diperoleh beberapa faktor yang mendukung jumlah nasabah tabungan IB Martabe Mudharabah semakin meningkat antara lain:

1. Bagi hasil tabungan yang ditawarkan Bank Sumut KCP Syariah Binjai yang tinggi yaitu 4,68%.
2. Biaya administrasi yang murah dibandingkan dengan bank lainnya.
3. Pemberian hadiah kepada penabung yang sudah memiliki saldo tabungan yang banyak.

Melakukan strategi promosi dengan cara periklanan, publisitas, dan penjualan pribadi dengan melakukan beberapa strategi promosi tersebut PT. Bank SUMUT KCP Syariah Binjai dapat meningkatkan jumlah nasabahnya, walaupun masih ada hambatan yang dijalankan Bank SUMUT KCP Syariah Binjai dalam menjalankan strategi promosi tabungan mudharabah.

Dengan demikian berdasarkan uraian diatas, penulis mencoba menelaah secara seksama mengenai hal-hal yang berkaitan dengan strategi promosi yang dilakukan perbankan syariah dengan mengambil judul “ **STRATEGI PROMOSI TABUNGAN IB MARTABE MUDHARABAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT BANK SUMUT KCP SYARIAH BINJAI**”

#### **B. Rumusan Masalah**

Adapun dari latar belakang yang telah disusun, maka permasalahan yang dibahas dalam skripsi minor ini adalah:

1. Bagaimana strategi promosi tabungan mudharabah yang dilakukan PT. Bank Sumut Syariah KCP Binjai?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi Bank Sumut Syariah KCP Binjai dalam menjalankan strategi promosi tabungan mudharabah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi promosi tabungan mudharabah yang dilakukan oleh pihak Bank Sumut Syariah KCP Binjai dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Untuk mengetahui apa saja hambatan yang dihadapi Bank Sumut Syariah KCP Binjai dalam menjalankan strategi promosi tabungan mudharabah?

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat memberikan pemahaman kepada penulis tentang strategi promosi yang dijalankan oleh PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai.
- b. Memberikan pengetahuan baru kepada penulis dan pembaca mengenai hal yang diteliti.
- c. Dapat memberikan tambahan informasi dan referensi khususnya mahasiswa yang akan menyusun tugas akhir.

### **E. Metode Penelitian**

1. Tempat dan Waktu Penelitian:
  - a. Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Binjai
  - b. Penelitian ini dilakukan selama penulis mengerjakan tugas skripsinya
2. Teknik Pengumpulan data:



- a. *Field research* (metode lapangan) yaitu merupakan penelitian yang dilakukan penulis secara langsung terjun ke lapangan atau pada objek penelitian dengan metode-metode yang tersedia, penulis langsung melakukan penelitian di Bank Sumut KCP Syariah Binjai yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari pegawai yang ada. Dengan menggunakan data kualitatif.
- b. *Library research* (Penelitian Perpustakaan) yaitu merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan membaca buku-buku yang berhubungan dengan pembahasan skripsi minor ini.
- c. *Wawancara* yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada pegawai bank Sumut KCP Syariah Binjai.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih memudahkan penulisan agar dapat dipahami dengan jelas maka penulis membagi skripsi minor ini kedalam lima bab, sistematika penulisan yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai berbagai teori dan literatur yang mendukung penelitian ini. Seperti promosi, tujuan promosi, jenis-jenis promosi, konsep promosi, pengertian strategi promosi, dan pengertian mudharabah.

### BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis menguraikan sejarah singkat PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai, struktur organisasi, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi serta produk-produk tabungan PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai.

### BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bagian ini menjelaskan data yang telah diteliti. Pada bagian ini menjelaskan penjelasan tentang Strategi Promosi Tabungan IB Martabe Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Syariah Binjai dalam menjalankan strategi promosi tabungan *mudharabah*.

### BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, merupakan bagian terakhir dari penelitian yaitu bagian penutup, bagian penutup ini meliputi yaitu menyimpulkan pemaparan penelitian serta saran-saran yang diajukan oleh penulis.

DAFTAR PUSTAKA, Dalam penyusunan skripsi ini menggunakan dan melihat skripsi yang terlebih dahulu dan menggunakan buku pedoman yang mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

#### A. Pengertian Strategi Promosi

Strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli dengan menggunakan elemen-elemen seperti periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Yang bertujuan untuk membujuk, merangsang konsumen agar mau membeli produk perusahaan sehingga tujuan untuk meningkatkan penjualan diharapkan dapat tercapai.<sup>6</sup>

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang kemanfaatan, tentang keunggulan, tentang atribut-atribut yang dimiliki, tentang harga, dimana dan cara memperolehnya. Kegiatan promosi menjadi penting apalagi di era keterbukaan informasi ini. Masyarakat telah dibuat kenyang dengan informasi yang membanjir. Oleh karena itu, bank harus memilih cara yang efektif untuk bisa menyampaikan berita kepada masyarakat dengan efektif.<sup>7</sup>

Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

---

<sup>6</sup> Moekijat, *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Penerbit Mandar Maju. 2000,h.443

<sup>7</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010,h.134

**a. Periklanan (*Advertising*)**

Iklan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan oleh bank dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa bank. Dalam iklan biasanya termuat manfaat produk, harga, dimana bisa didapatkan dan manfaat produk. Sementara itu tujuan dari kegiatan iklan adalah memberi informasi, mempengaruhi pembeli dan konsumen untuk membeli produk bank.

Beberapa keunggulan iklan sebagai pilihan promosi menjadi pertimbangan pemasangan iklan, diantaranya:<sup>8</sup>

1. *Persentasi publik*, artinya iklan pesan yang sama kepada masyarakat banyak.
2. *Pervasiveness*, artinya suatu iklan memungkinkan bank mengulang pesan beberapa kali.
3. *Amplified Expressiveness*, artinya bank pemasang iklan dapat mengekspresikan keinginan dan tujuannya dalam beriklan secara meluas dengan perpaduan warna, suara atau bentuk-bentuk produk.
4. *Impersonality*, iklan bersifat tidak personal artinya meskipun iklan ditunjukkan kepada khalayak namun individu tetap bisa mengabaikan atau menikmati iklan sewaktu-waktu, hal ini berarti iklan memungkinkan untuk menunda respon tidak harus sekarang.

**b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)**

Promosi penjualan adalah kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin, yang ditunjukkan untuk mendorong

---

<sup>8</sup> Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, h.212

lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat promosi lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda.<sup>9</sup>

**c. Publisitas (*Publicity*)**

Publisitas merupakan usaha untuk merangsang permintaan terhadap suatu produk secara nonpersonal dengan membuat berita yang bersifat komersial tentang produk tersebut dalam media cetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut. Pada publisitas, informasi yang tercantum bukan berupa iklan, melainkan berupa berita. Biasanya, individu atau lembaga yang dipublikasikan tidak mengeluarkan biaya dan tidak dapat mengawasi pengungkapan beritanya. Publisitas mengandung unsur-unsur berita yang menarik sehingga dapat menarik media masa untuk serta menyiarkan meskipun tidak menerima bayaran.<sup>10</sup>

Alat komunikasi yang umum digunakan pada saat melakukan publikasi adalah pers, pidato, atau seminar, laporan tahunan dan donasi serta hubungan masyarakat.

Ciri atau penampilan publisitas ditambah dengan tiga kualitas khusus, yaitu:

1. Nilai kepercayaan yang tinggi. Artikel dan berita di media biasanya lebih otentik dan lebih dipercaya oleh pembaca daripada iklan.
2. Dorongan keluar. Publisitas dapat menjangkau banyak pihak menghindari iklan. Pesan yang sampai ke pembeli berupa berita, bukan suatu komunikasi penjual langsung.

---

<sup>9</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran dan Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, h. 147

<sup>10</sup> Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009, h. 28-29

3. Dramatisasi. Iklan dan publisitas mempunyai potensi untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk.

**d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)**

Penjualan pribadi adalah kegiatan yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan. Dalam penjualan pribadi terjadi sentuhan langsung antara tenaga pemasaran dengan pelanggan terakhir, sehingga memungkinkan terjadinya kontak langsung. Saat kontak langsung itulah dapat digali beberapa hal untuk kegiatan pemasaran lainnya.

Beberapa keuntungan dan manfaat dari diselenggarakannya *personal selling*, antara lain:

1. Dapat langsung bertatap muka dengan pelanggan, sehingga dapat langsung menjelaskan dan menangkap respon lainnya tentang produk.
2. Dapat memperoleh informasi langsung dari pelanggan.
3. Dapat langsung mempengaruhi dan melakukan persuasi (*membujuk*) pelanggan dengan beberapa argumentasi yang hanya dikuasai oleh pejabat bank.
4. Dapat mendidik atau mengidukasi pelanggan tentang bagaimana cara menggunakan dengan baik produk, tentang apa yang harus dihindari dan apa yang harus diikuti petunjuknya.
5. Dapat menjalin hubungan akrab untuk membangun bisnis hubungan jangka panjang yang berkelanjutan.

**e. Metode Promosi**

Daftar mengenai alat-alat promosi yang penting yang dapat dipakai untuk membangun suatu penjualan suatu program penjualan efektif adalah:

1. Iklan.
2. Kewiraniagaan (*personal selling*).
3. Promosi konsumen. (hadiah, perlombaan, penawaran kombinasi).
4. Metode yang bertujuan merangsang iklan dan promosi dealer.
5. Pameran dan eksbisi.
6. Resiporitas.
7. Jaminan dan servis.
8. Penawaran komperatitif.

**f. Syarat-syarat Promosi**

1. Informasi.
2. Pressure.
3. Remaining.
4. Buy.

Secara umum terdapat tiga tujuan dari promosi penjualan, yaitu:<sup>11</sup>

1. Merangsang permintaan oleh pengguna industri atau konsumen rumah tangga
2. Memperbaiki kinerja pameran dari penjual kembali
3. Sebagai suplemen periklanan, penjualan tatap muka, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

---

<sup>11</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Prenada Media, 2003, h. 257

**g. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Strategi Promosi**

1. *Pengaruh Kebijakan Merk.* Seorang pengusaha (manufacture) mungkin memilih menjual dengan memakai mereknya sendiri, atau dengan merek sendiri dari para perantara, ataupun tanpa memakai merek.
2. *Pengaruh Saluran Distribusi.* Keputusan-keputusan mendasar mengenai kebijaksanaan distribusi juga akan mempengaruhi strategi penjualan.
3. *Pengaruh Kebijakan Harga.* Dalam menetapkan harga bagi suatu produk, banyak perbedaan praktek dapat dijalankan. Pada satu pihak, seorang pengusaha mungkin memutuskan untuk bersaing terutama berdasarkan harga, dengan akibat hanya margin kecil saja yang dapat diperoleh dari aktivitas penjualan tersebut.

Pada intinya, faktor penghambat promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah untuk menabung yaitu:

1. Belum maksimalnya strategi promosi terhadap produk-produk Bank Sumut Syariah kepada masyarakat.
2. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman pegawai Bank Sumut Syariah terhadap produk-produk syariah terhadap prinsip-prinsip syariah.
3. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman dari masyarakat terhadap Bank Syariah yang identik dengan bagi hasil, karena masyarakat sudah terbiasa dengan Bank konvensional yang identik dengan bunga.

**h. Promosi Dalam Aspek Ekonomi Islam**



Menurut prinsip syariah kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Islam agama yang sangat luar biasa. Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat. Antara hablum minallah (hubungan dengan Allah) dan hablum minannas (hubungan dengan manusia). Ajaran islam lengkap karena islam agama terakhir sehingga harus mampu memecahkan berbagai masalah besar manusia.

Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulullah SAW seorang saudagar sangat terpandang pada zamannya,. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedagang jujur. Rasulullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat islam dilarang melakukan tindakan bathil.

Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah Ta'ala:



Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisaa: 29).<sup>12</sup>

Penjelasan dari ayat diatas adalah: Disamping melarang memakan harta orang lain dengan jalan yang batil, dimana didalamnya terdapat bahaya bagi mereka, baik bagi pemakannya maupun orang yang di ambil hartanya. Allah menghalalkan kepada mereka semua yang bermaslahat bagi mereka seperti berbagai bentuk perdagangan dan berbagai jenis usaha dan keterampilan. Diisyaratkan atas dasar suka sama suka dalam perdagangan untuk menunjukkan bahwa akad perdagangan tersebut bukan akad riba, kerana riba bukan termasuk perdagangan, bahkan menyelisihi maksudnya, dan bahwa kedua belah pihak harus suka sama suka dan melakukannya atas dasar pilihan bukan paksaan.

Oleh karena itu, jual beli gharar (tidak jelas) dengan segala bentuknya adalah haram karena jauh dari rasa suka sama suka. Termasuk sempurnanya rasa suka sama suka adalah barangnya diketahui dan bisa diserahkan. Jika tidak bisa diserahkan mirip dengan perjudian. Disana juga terdapat dalil bahwa akad itu sah baik dengan ucapan maupun perbuatan yang menunjukkan demikian, karena Allah mensyaratkan ridha,

---

<sup>12</sup> M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati,2012,h.412

oleh karenanya dengan cara apapun yang dapat menghasilkan keridhaan, maka akad itu sah.<sup>13</sup>

Perdagangan saat ini dimana persaingan semakin sulit. Akan tetapi meskipun demikian, promosi harus dilakukan sesuai dengan aturan yang ada. Promosi menurut islam harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Jujur (tidak ada yang disembunyikan) Menjelaskan kepada calon konsumen cacat-cacat tersembunyi pada barang / jasa dagangan yang produsen ketahui, tetapi pembeli tidak dapat melihatnya karena tidak tampak kecuali setelah beberapa waktu.
2. Berlaku amanah (tidak mengurangi atau menambah hak orang lain).
3. Menepati janji. Jangan ada yang menyimpang dari semula, baik berupa manfaat produk, keuntungan maupun pelayanan sehingga janji-janji yang ada dalam promosi harus benar-benar tepat.
4. Larangan mempromosikan barang-barang haram. Termasuk barang yang dilarang beredar adalah jenis komoditi/barang yang mengancam kesehatan manusia serta media informasi yang mempromosikan ide-ide rusak, hiburan yang berdampak negatif, dan apa saja yang mengikis kaedah dan etika umat manusia.
5. Nasehat. Diantara yang menyempurnakan dan menguatkan nilai kejujuran dan amanat adalah nasehat. Maksudnya menyukai kebaikan dan manfaat bagi orang lain sebagaimana ia menyukainya untuk dirinya sendiri dan menjelaskan kepada mereka cacat-cacat tersembunyi pada barang dagangan yang ia ketahui,

---

<sup>13</sup> Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*, Medan: Cipta Pustaka, 2012, h. 146

tetapi pembeli tidak dapat melihatnya karena tidak tampak kecuali setelah beberapa saat. Seperti cacat dalam fondasi bangunan, spesifikasi barang-barang yang diawetkan, atau kandungan sesuatu yang diproduksi, atau cara memproduksi, dan lainnya.

Atau dengan kata lain, bisnis dalam perdagangan islam harus menakup empat aspek yaitu:

- a. Siddiq (benar dan jujur)
- b. Amanah (terpercaya)
- c. Fathanah (cerdas)
- d. Tabligh (komunikatif)

Adapun etika yang harus dilakukan dalam berpromosi sesuai dengan ajuran islam adalah:

- a. Jangan mudah mengobral sumpah, dalam berpromosi atau beriklan janganlah mudah mengucapkan janji sekiranya janji tersebut bisa ditepati.

Dari Abu Qodath Al Anshori, Nabi Shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda, Anshori, bahwasannya ia mendengar Rasulullah SAW bersabda: “Hati-hatilah dengan banyak bersumpah dalam menjual dagangan karena ia memang melariskan dagangan, namun malah menghapuskan (keberkahan).” (HR. Ibnu Majah).<sup>14</sup>

At-Ta’liq Ar-Raghib Muslim, bersumpah serta berlebihan dilarang dalam etika promosi islam, mengobral sumpah tanpa sesuai dengan yang sesungguhnya dapat

---

<sup>14</sup> Prof. Dr. M. Mutawalli Asy-Sya’rawi, *Anda Bertanya, Islam Menjawab*, Jakarta: Gema Insani Press, 2007, h.101

merusak nilai-nilai islam. Sebab banyak dewasa ini perusahaan-perusahaan yang berpromosi dengan melebih-lebihkan dalam berkata melalui iklan Allah SWT dan Rasul Nya telah memberikan aturan dan larangan mengenai hal ini.

- b. Jujur, yakni berdasarkan Hadist berikut: Artinya: Dari ‘Abdullah r.a berkata Rasulullah SAW bersabda:” Sesungguhnya berkata benar itu menunjukkan kepada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan kepada surga. Sesungguhnya seseorang berkata benar sampai dituliskan menjadi seorang yang amat benar. Dan sesungguhnya dusta itu menunjukkan kepada kejahatan dan sesungguhnya kejahatan itu menunjukkan kepada neraka. Sesungguhnya seseorang suka berdusta sehingga dituliskan menjadi orang yang amat pendusta.(HR. Muslim)<sup>15</sup>

**i. Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam**

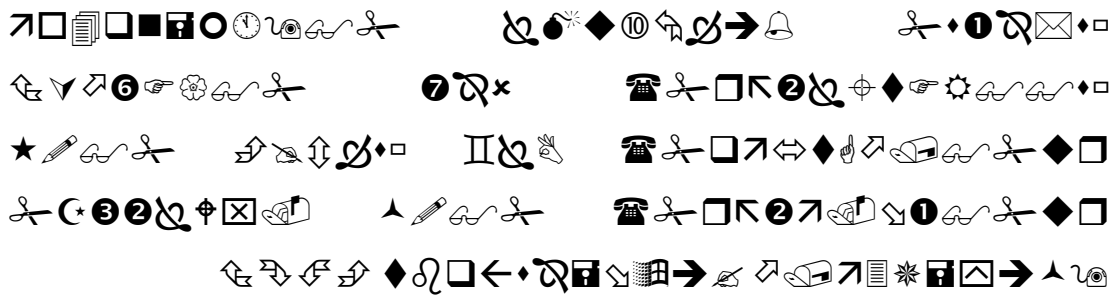
MA. Manan dalam bukunya yang berjudul Ekonomi Islam “Teori & Praktek” menjelaskan bahwa islam memberikan suatu sintetis dan rencana yang dapat direalisasikan melalui rangsangan dan bimbingan. Perencanaan tidak lain daripada memanfaatkan “Karunia Allah” secara sistematis untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat dan nilai kehidupan yang berubah-ubah dalam arti luas, perencanaan menyangkut persiapan menyusun rancangan untuk setiap kegiatan ekonomi. Konsep modern tentang perencanaan, yang harus dipahami dalam arti terbatas, diakui dalam Islam. Karena perencanaan seperti itu mencakup

---

<sup>15</sup> Juwariyah, *Hadist Tarbawi* , Yogyakarta: Teras,2010,h.70

pemanfaatan sumber yang disediakan oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya untuk kehidupan dan kesenangan manusia.

Meskipun belum diperoleh bukti tentang adanya sesuatu pembahasan sistematis tentang masalah tersebut, namun berbagai perintah dalam Al-qur'an dan Sunnah menegaskan hal ini. Dalam Al-qur'an tercantum: (Q.S. Al-Jumu'ah:10)



Artinya:”Apabila telah ditunaikan sembahyang maka bertebaranlah kamu dimuka bumi, dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.(Q.S. Al-Jumu'ah:10).<sup>16</sup>

Dalam ayat diatas dapat dijekaskan makna dalam kata “ carilah karunia Allah” yang digunakan didalamnya dimaksudkan untuk segala usaha halal yang melibatkan orang untuk memenuhi kebutuhannya.

Disamping itu di dalam pelaksanaan rencana pemasaran dalam islam kita tergantung pada prinsip syarikat (kerjasama) yang telah diakui secara universal ini berarti bahwa pelaksanaan perencanaan dilaksanakan melalui partisipasi sektor pemerintah dan swasta atas dasar kemitraan, yaitu dapat terlaksana melalui prinsip abadi mudharabah, dimana tenaga kerja dan pemilik modal dapat disatukan sebagai

<sup>16</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jakarta: 2010, h.554

mitra. Dalam arti dengan mempraktekkan prinsip mudharabah dan dengan mengkombinasikan berbagai unit produksi maka proyek industri, perdagangan dan pertanian dalam kerangka perencanaan dapat diterapkan atas dasar prinsip tersebut. Pendapatan yang dihasilkan oleh usaha seperti itu dapat dibagi secara sebanding setelah dikurangi dengan segala pengeluaran yang sah.

Di dalam sistem perencanaan islam, kemungkinan rugi sangat kecil karena sebagai hasil kerjasama antara sektor pemerintahan dan swasta maka adanya investasi yang sehat akan mendorong kelancaran arus kemajuan ekonomi menjadi lebih banyak.

Dan di dalam pelaksanaan suatu perencanaan dalam islam haruslah bergerak kearah suatu sintesis yang wajar antara pertumbuhan ekonomi dengan keadilan sosial melalui penetapan kebijaksanaan yang pragmatik, namun konsisten dengan jiwa islam yang mana tidak lepas dengan tuntutan Al-qur'an dan Hadist, juga sesuai dengan kode etika ekonomi islam.

Islam juga menganjurkan pada umatnya dalam memasarkan atau mempromosikan produk dan menetapkan harga tidak boleh berbohong harus berkata jujur (benar). Oleh sebab itu, salah satu karakter berdagang yang terpenting dan diridhoi Allah SWT adalah kebenaran. Sebagaimana dituangkan dalam hadist yang artinya: pedagang yang benar dan terpercaya bergabung dengan para Nabi, orang-orang yang benar (siddiqin), dan para syuhada' di surga.(HR.Turmudzi).<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Dr. Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, h.186

Pada dasarnya ada tiga unsur etika yang harus dilaksanakan oleh seseorang produsen muslim yaitu bersifat jujur, amanah, dan nasehat. Jujur yang dimaksud disini adalah tidak ada unsur penipuan misalkan dalam promosi/harga. Amanah dan nasehat bahwa seorang produsen dipercaya memberikan yang terbaik dalam produksinya, sehingga membawa kebaikan dalam penggunaannya.

Ada 4 karakteristik pemasaran islami (syariah marketing) yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:

1. Teistis (rabaniyah)
2. Etis (akhlaqiyyah)
3. Realistis (al-waqi'iyah)
4. Humanitis (insaniyah)

## **B. Pengertian Tabungan**

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, yang ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil. Akan tetapi jenis penghimpunan dana tabungan merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi bank karena bagi hasil yang ditawarkannya kecil, namun jumlah nasabahnya yang menggunakan tabungan lebih banyak dari pada produk penghimpunan dana.<sup>18</sup>

Sesuai dengan perkembangan zaman dewasa ini kegiatan menabung sudah beralih dari rumah ke lembaga keuangan seperti bank. Menabung di bank bukan saja

---

<sup>18</sup> M.Nur Rianto, *Dasar-Dasar Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010, h.34



menghindarkan dan resiko kehilangan ataupun kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari bunga. Dengan demikian, jumlah uang akan bertambah dari waktu ke waktu sekalipun tidak ditambah.

Seperti halnya simpanan giro, simpanan tabungan juga mempunyai syarat-syarat tertentu bagi pemegangnya dan persyaratan masing-masing bank berbeda satu sama lainnya. Disamping persyaratan yang berbeda, tujuan nasabah menyimpan uang di rekening tabungan juga berbeda. Demikian pula, sasaran bank dalam memasarkan produk tabungannya juga berbeda sesuai dengan sasaran yang diinginkan.

Pengertian tabungan menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang di persamakan dengan itu.

Sedangkan menurut L.Lapoliwa dan Daniel S Kuswandi yang dimaksud dengan tabungan adalah “simpanan nasabah pada bank yang di tarik sewaktu-waktu oleh nasabah pada syarat tertentu yang di sepakati misalnya ATM (Anjungan Tunai Mandiri) tetapi tidak di tarik menggunakan sarana cek atau bilyet giro. Menurut Mudrajat Kuncoro dan Suardjono (2002:204) yang dimaksud dengan tabungan adalah “ simpanan pihak ketiga yang dikeluarkan oleh bank yang penyetorannya hanya dapat dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di masing-masing bank.

Menurut Dewan Syariah Nasional Tabungan Syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan pengertian tabungan yang telah dijelaskan diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa tabungan adalah ketentuan-ketentuan yang dibuat oleh bank sehubungan dengan produk

tabungan, misalnya tentang cara pembukaan buku rekening, penarikan, penutupan dan sebagainya. Adapun tentang penarikan untuk penarikan dana yang ada di rekening tabungan dapat digunakan berbagai sarana atau alat penarikan. Dalam hal ini dewan syariah nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati maksudnya adalah untuk menarik uangnya yang disimpan di rekening tabungan antar satu bank dengan bank lainnya yang berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya.

#### **1. SARANA PENARIKANNYA**

Untuk menarik dana yang ada di rekening tabungan dapat digunakan berbagai sarana atau alat penarikan. Alat-alat yang sering digunakan adalah sebagai berikut:

##### **1. Buku Tabungan**

Merupakan buku yang dipegang oleh nasabah. Buku tabungan berisi catatan saldo tabungan, transaksi penarikan, transaksi penyeteroran, pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi pada tanggal tertentu. Buku ini digunakan pada saat penarikan, sehingga langsung dapat mengurangi atau menambah saldo yang ada di buku tabungan tersebut.

##### **2. Slip Penarikan**

Merupakan formulir untuk menarik sejumlah uang dan rekening tabungannya. Di dalam formulir penarikan nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang, serta tanda tangan nasabah. Formulir rekening disebut juga slip penarikan dan biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

3. Kuitansi

Kuitansi juga merupakan formulir penarikan dan juga merupakan bukti yang dikeluarkan oleh bank yang fungsinya sama dengan slip penarikan. Didalam kuitansi tertulis nama penarik, nomor penarik, jumlah uang, dan tanda tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan.

4. Kartu Yang Terbuat Dari Plastik

Yaitu sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang dapat digunakan untuk menarik sejumlah uang dari tabungannya, baik bank maupun di mesin *Automatted Teller Machine* (ATM). Mesin ATM ini biasanya tersebar di tempat-tempat strategis.

Dalam praktik perbankan di Indonesia dewasa ini terdapat beberapa jenis tabungan. Perbedaan jenis tabungan ini hanya terletak dari fasilitas yang diberikan kepada si penabung, sehingga dengan demikian si penabung mempunyai banyak pilihan. Jenis-jenis tabungan yang dimaksudkan adalah sebagai berikut:

1. Tabanas

Tabanas merupakan tabungan pembangunan nasional.

2. Taska

Yaitu tabungan yang dikaitkan dengan asuransi jiwa.

### 3. Tabungan lainnya

Yaitu tabungan selain tabanas dan taska. Tabungan ini dibedakan oleh masing-masing bank dengan ketentuan-ketentuan yang di atur oleh BI. bulan.<sup>19</sup>

## C. TABUNGAN MUDHARABAH

### 1. Pengertian Tabungan Mudharabah

Pada umumnya kata mudharabah berasal dari kata dharb, yang berarti memukul atau berjalan. Pengertian dari memukul atau berjalan diatas yang maksudnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usahanya.<sup>20</sup>

Mudharabah berasal dari kata *adhdarby fil ardhi* yang artinya bepergian untuk urusan dagang. Disebut juga *qiradh* yang berasal dari kata *alqhardui* yang artinya berpotongan, karena pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh keuntungan.<sup>21</sup>

Tabungan *mudharabah* adalah simpanan pihak ketiga di bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat atau beberapa kali sesuai dengan perjanjian antara kedua belah pihak. Dalam hal ini, bank bertindak sebagai *mudharib* sedangkan penabung adalah sebagai *shahibul maal*. Bank sebagai *mudharib* akan membagikan keuntungan (*revenue sharing*) kepada *shahibul maal* sesuai dengan nisbah

---

<sup>19</sup> Ibid.h,92-97

<sup>20</sup> Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. 2005. Hal 102

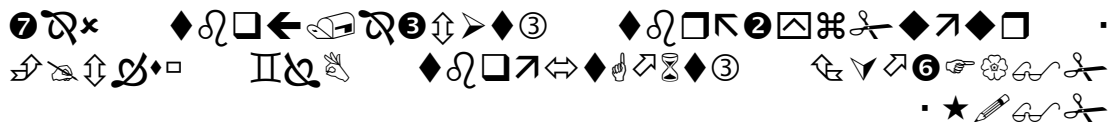
<sup>21</sup> Sri Nurhayati-Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia Edisi 2*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.h, 112

(*persentase*) yang telah disetujui bersama. Pembagian keuntungan dapat dilakukan setiap bulan berdasarkan saldo minimal yang mengendap selama periode tersebut.<sup>22</sup>

Bank syariah akan membagi bagi hasil kepada nasabah setiap akhir bulan sebesar sesuai dengan nisbah yang telah di perjuangkan pada saat pembukaan buku rekening tabungan mudharabah. Bagi hasil yang akan diterima nasabah akan selalu berubah pada akhir bulan. Perubahan bagi hasil ini disebabkan karena adanya flukstasi pendapatan bank syariah dan flukstasi dana nasabah.<sup>23</sup>

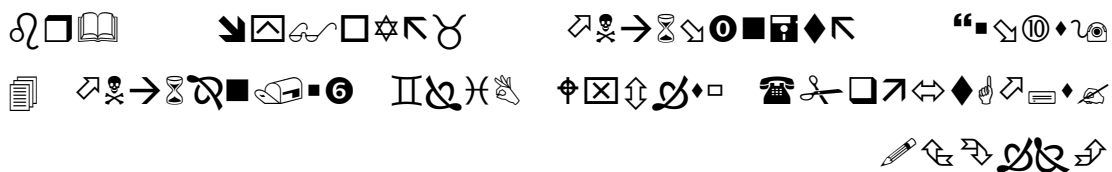
## 2. Landasan Syar'i

### a. Al-Qur'an (Al-Muazzamil:20)



Artinya: “Dan dari orang-orang yang berjalan dari muka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT”.<sup>24</sup>

### b. Al-Qur'an (Al-Baqarah:198)



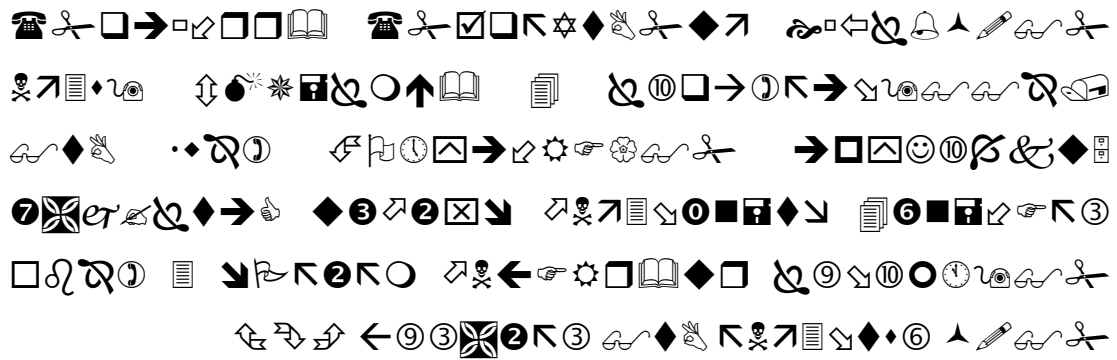
Artinya: ” Tidak ada dosa (halangan) bagi kamu untuk mencari karunia Tuhanmu ”.<sup>25</sup>

<sup>22</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, h. 347

<sup>23</sup> Husani Mansyur dan Dhani Gunawan, *Dimensi Perbankan Dalam Al-Qur'an*, Jakarta: PT. Visi Kreasi, 2007, h. 54

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jakarta: 2010, h. 575

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 31



Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman penuhilah janji-janji. Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berhram (haji atau umroh). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang dia kehendaki”.<sup>26</sup>

### 3. Rukun Mudharabah

Adapun rukun mudharabah adalah sebagai berikut:

- a. Pemilik modal atau pemilik barang yang akan menyerahkan barangnya-barangnya.
- b. Pemilik usaha atau juga yang bekerja yaitu mengelola barang yang diterima dari pemilik barang.
- c. Ijab yaitu ungkapan penyerahan modal dari pemiliknya dan qabul yaitu ungkapan menerima modal dan persetujuan mengelola modal dari pedagang.
- d. Nisbah bagi hasil dapat menghasilkan keuntungan atau juga laba yang akan di dapat.

### 4. Syarat-syarat Mudharabah

---

<sup>26</sup>Departemen Agama Ri,*Al-Qur'an dan Tafsirannya*, Jakarta:2010,h.106

Syarat-syarat mudharabah sebagai berikut:

- a. Modal berbentuk uang tunai, jika berbentuk emas atau perak batangan atau barang perhiasan atau barang dagangan maka tidak sah.
- b. Keuntungan yang menjadi milik pekerja dan pemilik modal harus jelas persentasenya, seperti setengah, sepertiga, atau seperempat. Menurut Resa Kusuma Wardana (2005:36) karena Rasulullah bermu'amalah dengan produk khaibar sebanyak separuh dari hasilnya.
- c. Dalam kapasitas mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkan termasuk didalamnya melakukan mudharabah dengan pihak lain.
- d. Menurut Abdul Ghofur Anshori (2007:90) bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.

## **5. Jenis-jenis Mudharabah**

Secara umum, mudharabah terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Mudharabah Mutalaqah

*Mudharabah mutalaqah* adalah akad perjanjian antara dua belah pihak yaitu *shahibul maal* dan *mudharib*, yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usahanya sesuai dengan prinsip syariah. *Shahibul maal* tidak memberikan batasan jenis usaha, waktu yang diperlukan, strategi pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan.

Shahibul maal memberikan kewenangan yang sangat besar kepada mudharib untuk menjalankan aktivitas usahanya, asal sesuai dengan prinsip syariah.

b. Mudharabah Muqayyadah

*Mudharabah muqayyadah* merupakan akad kerja sama antara dua pihak yang mana pihak pertama sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (mudharib). Shahibul maal menginvestasikan dananya kepada mudharib, dan memberi batasan atas pengguna dana yang diinvestasikannya. Batasannya antara lain tentang.<sup>27</sup>

- a. Tempat dan cara berinvestasi
- b. Jenis investasi
- c. Objek investasi
- d. Jangka waktu

**1. Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet**

Mudharabah muqayyadah on balance sheet merupakan akad mudharabah muqayyadah yang mana mudharib ikut menanggung berisiko atas kerugian dana yang diinvestasikan oleh shahibul maal. Dalam akad ini, shahibul maal memberikan batasan secara umum, misalnya batasan tentang usaha jenis, jangka waktu pembiayaannya, dan sektor usahanya.

Misalnya nasabah menempatkan dananya dalam bentuk deposito mudharabah muqayyadah on balance sheet sebesar Rp.1.000.000.000.- untuk pembangunan jalan tol, dalam jangka waktu 10 tahun. Maka batasan yang diberikan oleh nasabah

---

<sup>27</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, h.87



(shahibul maal) yaitu terkait dengan proyek usaha dan jangka waktunya. Bank syariah akan melakukan investasi dana Rp 1.000.000.000.- khusus untuk investasi proyek jalan tol dalam jangka waktu tidak boleh dari 10 tahun. Bagi hasil yang akan diperoleh shahibul maal, berasal dari pendapatan yang diperoleh dari mudharib. Bagi hasil ini harus dipisahkan dari bagi hasil ini harus dipisahkan dari bagi hasil atas transaksi mudharabah mutalaqah.

## **2. Mudharabah Muqayyadah Off Balance Shett**

Mudharabah muqayyadah off balance shett merupakan akad mudharabah muqayyadah yang mana pihak shahibul mall memberikan batasan yang jelas, baik batasan tentang proyek yang diperolehkan, jangka waktu, serta pihak pelaksana pekerjaan. Mudharibnya telah ditetapkan oleh shahibul maal. Bank syariah bertindak sebagai pihak yang mempertemukan antara shahibul maal dan mudharib. Bagi hasil yang akan dibagi antara shahibul maal dan mudharib berasal dari proyek khusus. Bank syariaah, bertindak sebagai agen yang mempertemukan kedua belah pihak dan memperoleh fee. Dalam laporan keuangan mudharabah muqayyadah off balanc shett akan di catat dalam catatan laporan keuangan.<sup>28</sup>

## **3. Mudharabah Musytakarah**

Mudharabah musytakarah adalah bentuk mudharabah dimana pengelola dana menyertakan modal atau dananya dalam kerjasama investasi. Akad musytakarah ini

---

<sup>28</sup> Ibid,h.88

merupakan solusi sekiranya dalam perjalanan usaha, pengelola dan memiliki modal yang dapat dikontribusikan dalam investasi, sedangkan di lain sisi adanya penambahan modal ini akan dapat meningkatkan kemajuan investasi. Akad musytakarah ini pada dasarnya merupakan perpaduan antara akad mudharabah dan musytakarah. Dalam mudharabah musytakarah, pengelolaan dana berdasarkan akad mudharabah menyertakan juga dananya dalam investasi bersama berdasarkan akad mudharabah musytakarah. Setelah penambahan dana oleh pengelola, pembagian hasil usaha antara pengelola dana dan pemilik dana dalam mudharabah adalah sebesar hasil usaha musyarakah setelah dikurangi porsi pemilik dana sebagai pemilik dana musyarakah.<sup>29</sup>

## **6. Berakhirnya Akad Mudharabah**

Para ulama fiqih menyatakan bahwa akad mudharabah dinyatakan batal apabila sebagai berikut:

- a. Tidak terpenuhinya salah satu atau beberapa syarat mudharabah, jika salah satu syarat mudharabah tidak terpenuhi, sedangkan modal sudah di pegang oleh si pengelola dan sudah diperdagangkan, maka pengelolaan mendapatkan sebagian keuntungannya sebagai upah, karena tindakannya atas pemilik modal dan ia melakukan tugas dan ia berhak mendapatkan upah. Jika terdapat keuntungan, maka keuntungan tersebut untuk pemilik modal jika ada kerugian maka kerugian tersebut menjadi tanggung jawab pemilik modal, karena pengelola

---

<sup>29</sup> Ibid ,h.112

hanya sebagai buruh yang hanya menerima upah dan tidak bertanggung jawab sesuatu apapun, kecuali kelalaiannya.

- b. Pengelola dengan sengaja meninggalkan tugasnya sebagai pengelola modal atau pengelola modal melakukan hal yang bertentangan dengan tujuan akad. Dalam hal ini seperti pengelola bertanggung jawab atas segala kerugian, karena dialah yang menyebabkan kerugian.
- c. Apabila pelaksana atau pemilik modal meninggal dunia, atau salah seorang pemilik modal meninggal dunia, maka mudharabah menjadi batal.

## **7. Aplikasi Mudharabah Dalam Perbankan**

Mudharabah biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan. Dari sisi penghimpunan dana mudharabah diterapkan sebagai berikut:

- a. Tabungan berjangka, yaitu tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan khusus, seperti tabungan haji, tabungan kurban, dan deposito biasa.
- b. Depositi special (*special investment*), dimana dana yang dititipkan khusus untuk bisnis tertentu, misalnya murabahah saja atau ijarah saja.
- c. Investasi khusus, disebut juga mudharabah muqayyadah, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh shahibul maal. Mudharabah juga dapat dilakukan dengan memisahkan atau mencampurkan dana mudharabah.<sup>30</sup>

Sedangkan pada sisi pembiayaan, mudharabah diterapkan untuk:

---

<sup>30</sup> Drs. Muhammad, M.Ag. *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2002, hal. 109

- a. Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa.
- b. Investasi khusus, disebut juga mudharabah muqayyadah, dimana sumber dana khusus dengan penyaluran khusus dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan oleh shahibul maal.

## **8. Manfaat Mudharabah**

- a. Bank akan menikmati peningkatan bagi hasil pada saat keuntungan usaha nasabah meningkat.
- b. Bank tidak berkewajiban membayar bagi hasil kepada nasabah pendanaan secara tetap, tetapi disesuaikan dengan pendapatan/hasil usaha bank sehingga bank tidak akan pernah mengalami *negative spread*.
- c. Pengembalian pokok pembiayaan sesuai dengan *cash flow*/ arus kas usaha nasabah sehingga tidak memberatkan nasabah.
- d. Bank akan lebih selektif dan berhati-hati (*prudent*) mencari usaha yang benar-benar halal, aman, dan menguntungkan karena keuntungan yang konkret dan benar-benar terjadi itulah yang akan dibagikan.
- e. Prinsip bagi hasil dalam mudharabah atau musyarakah ini berbeda dengan prinsip bunga tetap dimana bank akan menagih penerima pembiayaan (nasabah) satu jumlah bunga tetap berapa pun keuntungan yang dihasilkan nasabah, sekalipun merugi dan terjadi krisis ekonomi.

## **9. Risiko Mudharabah**

Risiko yang terdapat dalam mudharabah, terutama pada penerapannya dalam pembiayaan, relatif tinggi diantaranya:

- a. *Side streaming*, nasabah menggunakan dana itu bukan seperti yang disebut dalam kontrak.
- b. Lalai dan kesalahan yang disengaja.
- c. Penyembunyian keuntungan oleh nasabah bila tidak jujur.<sup>31</sup>

## **10. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mudharabah**

Faktor yang mempengaruhi mudharabah terbagi menjadi dua, yaitu:

### **1. Faktor Langsung**

Diantara faktor-faktor langsung yang mempengaruhi perhitungan bagi hasil adalah investment rate, jumlah dana yang tersedia, dan nisbah bagi hasil (profit sharing ratio):

- a. Investment rate merupakan presentase actual dana yang diinvestasikan dari total dana, jika bank menentukan investment rate sebesar 80 %, hal ini berarti 20% dari total dana dialokasikan untuk memenuhi likuiditas.
- b. Jumlah dana yang tersedia untuk diinvestasikan merupakan jumlah dana dari berbagai sumber dana yang tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan salah satu metode yaitu rata-rata saldo minimum bulanan dan rata-rata total saldo harian.
- c. Nisbah (profit sharing ratio):

---

<sup>31</sup> Dr. Muhammad Syafi'i Antoni, *Bank Syariah*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h.97-98

1. Salah satu ciri mudharabah adalah nisbah yang harus ditentukan dan disetujui pada awal perjanjian.
2. Nisbah antara satu bank dengan bank lainnya dapat berbeda
3. Nisbah juga dapat berbeda dari waktu ke waktu dalam satu bank, misalkan saja deposito 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan
4. Nisbah juga dapat berbeda antara satu account dengan account lainnya sesuai dengan besarnya dana dan jatuh temponya.

#### **D. FAKTOR TIDAK LANGSUNG**

Faktor tidak langsung yang dapat mempengaruhi bagi hasil, yaitu:

1. Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya mudharabah:
  - a. bank dan nasabah melakukan share dalam dalam pendapatan dan biaya, pendapatan yang akan dibagi dihasilkan merupakan pendapatan yang diterima dikurangi biaya-biaya jika semua biaya ditanggung bank, maka hal ini disebut revenue sharing.
  - b. Kebijakan akunting (prinsip dan metode akuntansi) bagi hasil secara tidak langsung dipengaruhi oleh berjalannya aktivitas yang diterapkan, terutama sehubungan dengan pengakuan pendapatan dan biaya.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Tim Pengembangan Perbankan Syari'ah Institut Bankir Indonesia. *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syari'ah*. Jakarta: djambatan. 2002, hal 167

### Contoh Tabungan Mudharabah

Seorang penabung memiliki tabungan mudharabah sebesar Rp.5.000.000,- nisbah udharabah sebesar Rp.5.000.000,-, nisbah perbandingan bagi hasil 50% : 50%. Diasumsikan total saldo rata-rata dana tabungan *Mudharabah* yang ada di BMI Rp.100.000.000,- dan keuntungan yang diperoleh untuk dana tabungan (*profit distribution*) sebesar Rp.3.000.000,-. Maka pada akhir bulan penabung tersebut di atas akan memperoleh dana bagi hasil dari bank sebagai berikut:

Jawab:

$$= \frac{\text{Rp.5.000.000} \times \text{Rp.3.000.000} \times 50\%}{\text{Rp.100.000.000}}$$

$$\text{Rp.100.000.000}$$

$$= \text{Rp.75.000}$$

Dari perhitungan diatas, nasabah memperoleh bagi hasil sebanyak Rp.75.000 sebelum diperthitungkan atau dikurangi pajak.

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

##### **A. Sejarah Singkat PT. Bank Sumut**

PT. Bank Sumut Cabang Syariah merupakan salah satu bank pembangunan daerah Sumatera Utara (BPD SU) didirikan pada tanggal 04 november 1961 dengan akte Notaris Rusli No.22 dalam bentuk perseroan terbatas dan diubah menjadi Bank Milik Pemerintah Daerah (BUMD) berdasarkan UU No.13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah. Kemudian tanggal 16 April 1999 dengan pada No.2/1999 bentuk Badan Hukum diubah kembali menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan akte pendirian Perseroan Terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution,SH, sehingga nama BPDSU menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara yang disingkat dengan PT. Bank Sumut.

Sebagai bank memiliki visi untuk menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat PT. Bank Sumut senantiasa berusaha untuk mengikuti perkembangan yang ada termasuk mendirikan Unit Usaha Syaiah (UUS).

Gagasan dan wacana untuk mendirikan unit atau devisi usaha syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder Bank Sumut khususnya direksi dan komisaris sejak dikeluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga bank adalah haram dan sejak dikeluarkan Undang-undang No.10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi



Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS). Selain itu karena kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dengan semua aspek kehidupan termasuk dalam bidang ekonomi (Muamalah).

Atas dasar hal tersebut dan komitmen Bank Sumut terhadap pengembangan layanan syariah maka dibentuknya satuan Divisi dibawah Organisasi Bank Sumut yang menganalisis layanan syariah yaitu Divisi Usaha Syariah (DUS). Pada tanggal 04 November 2004 Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan dua kantor cabang syariah yaitu kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Sidempuan.

Bank Sumut Syariah merupakan salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan izin prinsip Bank Indonesia No.6/2/DPIP/Prz/Mdn tanggal 28 April 2004 dan izin pembukaan Cabang Syariah Medan dan Padang Sidempuan No.6/2/DPIP/Prz/Mdn tanggal 18 Oktober 2005. Diikuti dengan dibukanya Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan izin Bank Indonesia dengan surat Bank Indonesia Medan kepada direksi PT. Bank Sumut No. 7/177/DPIP/Prz/Mdn tanggal 15 Desember 2005 perihal rencana pembukaan cabang syariah, Kantor Cabang Pembantu dan Kantor kas Bank Sumut pada tanggal 26 Desember 2006 dibukanya kantor cabang Pembantu Binjai.

## **B. Visi Dan Misi Bank Sumut**

**1. Visi**

Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup banyak.

**2. Misi**

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasar pada prinsip-prinsip compliance.

**3. Statement Budaya Perusahaan**

Statement budaya perusahaan atau sering disebut dengan motto dari PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah adalah memberikan pelayanan yang **TERBAIK**. Ataupun penjabaran dari kata terbaik adalah sebagai berikut:

- a.** Berusaha untuk selalu **Terpercaya**
- b.** **Energik** di dalam melakukan setiap kegiatan
- c.** Senantiasa bersikap **Ramah**
- d.** Membina hubungan secara **Bersahabat**
- e.** Menciptakan usaha yang **Aman** dan nyaman
- f.** Memiliki **Integritas** yang tinggi
- g.** **Komitmen** yang penuh untuk memberikan pelayanan yang terbaik

#### 4. Makna Logo Bank Sumut



Makna logo PT. Bank Sumut

Kata kunci dari makna logo Bank Sumut adalah sinergi yaitu kerjasama yang erat sebagai langkah lanjut dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan keras yang didasari dengan profesionalisme dan siap memberikan pelayanan yang terbaik.

Bentuk logo Bank Sumut menggambarkan dua elemen yaitu dalam bentuk huruf U yang saling berenergi membentuk huruf S yang merupakan kata awal dari Bank Sumut. Sebuah gambaran bentuk kerjasama yang erat antara Bank Sumut dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana yang tertera pada visi Bank Sumut.

Warna orange yang ada pada logo Bank Sumut sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan profesional.

Warna putih dalam logo Bank Sumut mengungkapkan ketulusan hati dalam melayani nasabah, sebagaimana yang ada dalam motto atau statement budaya PT. Bank Sumut.

Jenis huruf platini yang sederhana dan mudah dibaca. Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf kapital lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

Adapun penjelasan tentang angka 08 adalah sebagai berikut:

Setiap implementasi standar layanan Bank Sumut masing-masing berjumlah dengan delapan butir yang terinspirasi dari huruf S pada logo Bank Sumut. Angka delapan adalah angka bulat yang tidak terputus dalam penulisannya dan melaksanakan proses pelayanan kepada nasabah dengan tidak henti.

## **BAB IV**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Salah satu strategi promosi yang dilakukan Bank Sumut KCP Syariah Binjai yaitu dengan memperkenalkan tabungan Mudharabah dengan cara door to door kepada masyarakat setempat sekitar daerah Binjai yaitu dengan mendatangi rumah-rumah warga daerah Binjai untuk memperkenalkan tabungan Mudharabah tersebut. Kelebihan dari cara memperkenalkan tabungan mudharabah dengan cara door to door yaitu masyarakat tidak perlu harus datang langsung ke bank untuk membuka tabungan mudharabah, tetapi pegawai bank Sumut dan anak magang yang ikut serta mendatangi langsung serta membawa semua persyaratan untuk membuka tabungan mudharabah seperti:

1. Membawa formulir data nasabah yang harus diisi langsung oleh nasabah
2. Membawa formulir data penghasilan nasabah yang harus diisi langsung oleh nasabah yang bersangkutan
3. Membawa contoh tanda tangan yang harus ditandatangani langsung oleh nasabah
4. Membawa bukti setoran atau slip setoran
5. Dan membawa buku rekening tabungan mudharabah

Jadi, kelebihan dengan cara memperkenalkan tabungan secara door to door ini masyarakat tidak harus bersusah payah ke bank untuk membuka tabungan walaupun selama melakukan strategi promosi secara door to door masih banyak masyarakat

setempat yang menolak untuk membuka tabungan di bank Sumut dengan berbagai alasan seperti: masyarakat sudah memiliki tabungan di bank lain.

Walaupun begitu masyarakat masih mau mendengarkan tentang penjelasan pegawai bank Sumut maupun anak magang yang ikut melakukan funding tabungan mudharabah, dengan begitu masyarakat bisa mempertimbangkan lagi dan membandingkan tabungan di bank Sumut dengan bank-bank lainnya.

### **Syarat Tabungan Marhamah.**

Tabungan marhamah berdasarkan fatwa majelis nomor 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijaah 1420 H/1 April 2000 M. Tabungan marhamah berdasarkan prinsip mudharabah muthalaqah yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah pemilik dana (shahibul maal) dan bank pengelola dana (mudharib).

Risiko:

1. Bank tidak bertanggung jawab penyalahgunaan buku tabungan karena kelalaian penabung
2. Saldo tabungan diatas ketentuan penjamin pemerintah tidak akan mendapat pembayaran apabila bank gagal bayar.

Syarat-syarat Tabungan Marhamah:

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutalaqah
2. Minimum setoran awal Rp.100.000
3. Saldo minimal Rp.50.000
4. Setoran selanjutnya minimal Rp.10.000
5. Biaya pembukaan buku rekening gratis

6. Penutupan rekening Rp.10.000
7. Pemeliharaan rekening perbulan sebesar bagi hasil maksimu Rp2.000
8. Penggantian buku hilang/rusak Rp.10.000
9. Syarat: foto copy kartu identitas (KTP,SIM, PASPORT), mengisi dan menandatangani formulir permohonan pembukaan rekening.

### **Akad Tabungan Mudharabah Bagi Hasil**

Pihak pertama dan kedua telah sepakat dan saling mengingatkan diri satu terhadap yang lain atas hal-hal tersebut:

1. Pihak pertama menyerahkan dana investasi dalam bentuk setoran penuh kepada pihak kedua, untuk ditempatkan pada Tabungan IB Martabe Bagi Hasil, dengan nisbah 46% untuk pihak pertama dan 54% untuk pihak kedua.
2. Pihak pertama dapat menambah /menyetor dana investasinya dan dapat menarik/mengambil dana investasinya sampai batas wajib minimum investasi.
3. Dari jumlah yang diinvestasikan pihak pertama, sebesar Rp.50.000,- merupakan dana investasi minimum yang wajib mengendap dan tidak dapat diambil kecuali dalam rangka penutupan rekening.
4. Pihak kedua memberikan buku Tabungan IB Martabe Bagi Hasil kepada pihak pertama sebagai bukti penyimpanan dana.
5. Pihak pertama, selain menerima buku Tabungan IB Martabe Bagi Hasil juga dapat mengajukan permohonan fasilitas lainnya dari pihak kedua seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dan bila pihak kedua menyetujuinya maka pihak pertama berkewajiban mematuhi ketentuan-ketentuan yang berhubungan dengan fasilitas tersebut termasuk pembebanan biaya administrasi.

6. Pihak kedua tidak menjamin pengembalian dana pihak pertama kecuali diatur berbeda dalam perundang-undangan yang berlaku.
7. Pihak pertama membuka buku rekening Tabungan IB Martabe Bagi Hasil berupa rekening: perseroan, badan usaha atau gabungan.
8. Jika pembukaan buku rekening Tabungan IB Martabe Bagi Hasil sebagai rekening tabungan pihak pertama wajib tunduk pada ketentuan sebagai berikut:
  - a. Seluruh pemilik rekening Tabungan IB Martabe Bagi Hasil wajib memberikan pernyataan secara tertulis yang menyebutkan pihak yang memiliki hak tanda tangan. Pemegang hak tanda tangan dapat diberikan kepada salah satu atau lebih pihak yang membuka rekening dan sebanyak-banyaknya 3 orang.
  - b. Segala konsekuensi yang timbul atas penarikan dana oleh pemegang hak tanda tangan menjadi tanggung jawab seluruh pemilik rekening Tabungan IB Martabe Bagi Hasil secara langsung.
9. Pihak kedua dalam kepastiannya sebagai mudharib dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya mudharabah dengan pihak lain.
10. Metode bagi hasil yang digunakan adalah *Revenue Sharing* dan pihak kedua melakukan pembayaran bagi setiap bulannya pada akhir bulan.
11. Pihak pertama tidak keberatan jika pihak kedua membebankan biaya administrasi sebesar ketentuan yang ditetapkan pihak kedua sepanjang jumlah potongan tidak lebih besar dari bagi hasil yang diperoleh pihak pertama, kecuali biaya administrasi saat penutupan rekening.



12. Pihak pertama berjanji untuk membayar melalui pihak kedua, setiap pemotongan yang diharuskan oleh perundang-undangan yang berlaku.
13. Pihak pertama dan pihak kedua menundukkan diri pada ketentuan-ketentuan lain yang mengatur pelaksanaan Tabungan IB Martabe Bagi Hasil sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
14. Apabila suatu pihak kedua akan mengubah nisbah bagi hasil dimana nisbah bagi hasil untuk pihak pertama tersebut. Apabila perubahan nisbah bagi hasil tersebut lebih rendah dari saat ini, maka pihak kedua akan memberitahukan pihak pertama untuk mendapat persetujuan atau kesepakatan dan apabila dalam waktu 10 hari kalender tidak ada tanggapan tertulis dari pihak pertama, maka pihak pertama dianggap telah menyetujui perubahan nisbah bagi hasil dimaksud.
15. Pihak pertama dan pihak kedua menundukkan diri pada ketentuan-ketentuan lain yang mengatur pelaksanaan tabungan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
16. Akad ini dinyatakan berakhir apabila pihak pertama menarik seluruh dananya dengan maksud untuk menutup rekening dan rekening yang ditutup tidak terafiliasi dengan rekening lainnya.
17. Penutupan rekening Tabungan IB Martabe Bagi Hasil hanya dapat dilakukan di Unit PT. Bank Sumut dimana rekening tersebut dibuka.
18. Pihak pertama wajib segera menginformasikan kepada pihak kedua jika terdapat perubahan identitas, antara lain perubahan nama, alamat, nomor telephone atau Nomor Pokok Wajib Pajak(NPWP)

19. Apabila terjadi perbedaan pendapat atau perselisihan atau sengketa dalam pelaksanaan akad ini kedua belah pihak akan menyelesaikan secara musyawarah untuk mufakat dan apabila musyawarah untuk mufakat tidak tercapai kedua belah pihak sepakat akan menyelesaikan melalui pengadilan dalam lingkungan peradilan Agama di Medan.
20. Segala akibat dari memberlakukan akad ini tunduk pada perundang-undangan yang berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Akad ini ditandatangani oleh pihak pertama dan pihak kedua setelah mengerti dan memahami seluruh isi perjanjian setelah menerima segala hak dan kewajiban yang timbul.

Akad ini dibuat dan ditandatangani dengan sebenarnya dengan kehendak bebas dari masing-masing pihak dalam dua rangkap dimaterai cukup yang berlaku sebagai aslinya untuk disimpan oleh masing-masing pihak.

**A. Strategi Promosi Tabungan IB Martabe Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai.**

Adapun Strategi Promosi Tabungan IB Martabe Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai yang digunakan yaitu:

1. Memberikan informasi dan menawarkan produk tabungan kepada masyarakat yang berkunjung langsung ke Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai.

2. Melalui spanduk yang terletak didinding depan Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai.
3. Memberikan brosur-brosur kepada masyarakat, bahwa di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai ada tabungan yang menggunakan akad mudharabah yang berbasis syariah.
4. Memperkenalkan tabungan Mudharabah dengan cara door to door kepada masyarakat setempat sekitar daerah Binjai.<sup>33</sup>

**B. Hambatan-hambatan yang dihadapi Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai dalam menjalankan strategi promosi tabungan Mudharabah.**

1. Minimnya Dana Pemasaran dan Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Bank Sumut Syariah Binjai dalam menjalankan promosi tabungan mudharabah masih kurang. Aspek pendanaan memang menjadi kendala utama dalam melakukan promosi. Minimnya anggaran promosi yang dilakukan salah satunya memberi hadiah yang besar dan mewah kepada nasabah penabung. Sementara di bank konvensional promosi yang dilakukan relatif besar seperti hadiah-hadiah yang menarik dibandingkan bank syariah.

Tanpa promosi yang memadai, kemudahan masyarakat untuk mengakses layanan perbankan syariah tidak optimal. Bank syariah harus mampu merancang

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan Faradhian Swandana sebagai pegawai Bank Sumut KCP Syariah Binjai pukul: 12.30 Wib

strategi promosi yang efektif agar masyarakat mengerti tentang berbagai produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah.

Hal tersebut disiasati dengan dilakukannya promosi bersama oleh bank syariah yang ada termasuk bekerjasama dengan bank syariah lainnya. Salah satu bentuk pemasaran bersama yang dilakukan adalah dengan memperkuat *brand* perbankan syariah dengan menggunakan logo IB (*islamic banking*) oleh Bank Indonesia. Hal ini diharapkan agar memperkuat *branding* perbankan syariah karena setiap layanan perbankan syariah saat ini menggunakan nama yang sama yaitu IB dan tidak lagi menggunakan istilah yang membingungkan masyarakat dalam penyebutan nama produk. Penamaan produk yang sederhana menyebabkan masyarakat awam lebih mudah mengingat mengenal perbankan.

## 2. Keterbatasan Teknologi

Teknologi yang terbatas menyebabkan bank syariah ini belum diminati sepenuhnya oleh masyarakat. Dibandingkan dengan Bank konvensional dimana jaringan ATM nya sudah merata di daerah-daerah terpencil sehingga masyarakat lebih mudah dalam bertransaksi dengan menggunakan jaringan ATM. Dibandingkan dengan Bank Sumut karena milik daerah, jadi banyaknya keterbatasan masalah pendanaan. Misalnya, jaringan kantor ATM yang masih rendah dan belum merata. Jaringan kantor ATM Bank Sumut Syariah hanya terdapat di daerah Sumatera Utara.

3. Masyarakat sudah memiliki tabungan di Bank lain dan Fitur di Bank SUMUT Syariah kurang lengkap.

Dimana sebagian masyarakat sudah terlebih dahulu memiliki tabungan di Bank konvensional maupun di Bank Syariah lainnya. Dimana masyarakat sudah mengenal Bank konvensional terlebih dahulu karena Bank konvensional yang terlebih dahulu berdiri dibandingkan Bank syariah, jadi banyak masyarakat menabung atau mendepositokan uangnya di Bank konvensional. Tidak hanya itu strategi Bank konvensional dalam memperkenalkan dan menarik perhatian masyarakat lebih unggul dibandingkan Bank syariah.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Wawancara dengan Maya Vita Sari pegawai Bank Sumut KCP Syariah Binjai pukul: 13.30 Wib

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. KESIMPULAN**

1. Adapun Strategi Promosi Tabungan IB Martabe Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah:
  - a. Memberikan informasi dan menawarkan produk tabungan kepada masyarakat yang berkunjung langsung ke Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai.
  - b. Melalui spanduk yang terletak di dinding depan Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai.
  - c. Memberikan brosur-brosur kepada masyarakat, bahwa di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Binjai ada tabungan yang menggunakan akad mudharabah yang berbasis syariah.
  - d. Memperkenalkan tabungan Mudharabah dengan cara door to door kepada masyarakat setempat sekitar daerah Binjai.
2. Hambatan-hambatan Yang Dihadapi PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Syariah Binjai Dalam Menjalankan Strategi Promosi Tabungan Mudharabah:
  - a. Minimnya Dana Pemasaran Dan Promosi
  - b. Keterbatasan Teknologi

- c. Masyarakat sudah memiliki tabungan di Bank lain dan Fitur di Bank SUMUT Syariah kurang lengkap.

## **B. SARAN**

### a. Perusahaan

1. Pada seluruh karyawan PT. Bank Sumut KCP Syariah Binjai agar dapat mempertahankan dan terus meningkatkan efisien serta service exececent kepada nasabah yang berskala kecil maupun berskala besar agar nasabah lebih loyal kepada Bank Sumut Syariah dan memiliki daya saing dengan perbankan konvensional.
2. Bank Sumut Syariah harus memperluas ruangan tunggu untuk nasabah yang ingin bertransaksi karena terlalu sempit ruangan tunggu di Bank Sumut Syariah KCP Binjai dan harus menambah kursi tunggu untuk nasabah.
3. Memberikan nomor antrian kepada nasabah yang ingin menabung ataupun ingin membuka rekening tabungan agar lebih teratur lagi.
4. Lebih meningkatkan pemasaran atau promosi kepada masyarakat luas agar masyarakat tahu bahwa masyarakat tahu bahwasanya di Bank ini ada tabungan yang berbasis syariah.

### b. Mahasiswa

1. Dapat dijadikan bahan-bahan referensi untuk mahasiswa lainnya.
2. Diharapkan kepada mahasiswa memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya untuk menambah ilmu serta wawasan dalam membuat skripsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani, 2001
- Asseal, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2011
- Asy-Sya'rawi. Mutawalli M. *Anda Bertanya, Islam Menjawab*, Jakarta: Gema Insani Press, 2007
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. Jakarta, 2010
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana PrenandaMedia Group, 2011
- Juwariyah. *Hadist Tarbawi*. Yogyakarta: Teras, 2010
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2010
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran dan Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008
- Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadist Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Marzali, Amri, *Kebijakan Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2006
- Moekijat. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Penerbit Mandar Maju, 2000
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 2002
- Muhammad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syari'ah*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. 2005
- Nur Rianto, Dkk. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta, 2010
- Rangkuti, Fredy. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009
- Rianto, M. Nur. *Dasar-dasar Bank syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010



- Setiadi, J. Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media, 2003
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati, 2012
- Tarigan, Akmal Azhari. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi*. Medan: Cipta Pustaka, 2012
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia. *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*. Jakarta: djambatan. 2002
- Trisadini, P. Usanti, Dkk. *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta : Bumi Aksara. 2003
- Wahjono, Imam Sentot. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010
- Wasilah, Sri Nurhayati. *Akuntansi Syariah Di Indonesia Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat, 2009

## **RIWAYAT HIDUP**

Miftahul Chairani BatuBara, lahir di Paya Tampak 16 November 1994, ia merupakan anak kedua dari dua bersaudara.

Bungsu dari pasangan Alm. Darmawi BatuBara dan Chairiah ini telah menyelesaikan pendidikannya di SD Negeri 058238 Bukit Rata pada tahun 2006 kemudian, pendidikan SMP ia selesaikan pada tahun 2009 di SMP Negeri 1 Pangkalan Susu. Selanjutnya, pendidikan SMA diselesaikannya pada tahun 2012 di SMA Negeri 1 Pangkalan Susu. Ia melanjutkan studi keningkat perkuliahan di UIN-SU pada jurusan DIII Perbankan syariah.