

STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KCP BINJAI

SKRIPSI MINOR

**Diajukan Sebagai SaLah Satu Syarat
Untuk Memproleh Gelar Ahli Madyah (D-III)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara**

OLEH:

MUHAMMAD YUNUS PULUNGAN

NIM: 54.15.1.013



**DIII PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUMATERA UTARA
MEDAN
2018 M/ 1440 H**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA PADA
BANK MUAMALAT INDONESIA KCP BINJAI**

SKRIPSI MINOR

OLEH:

MUHAMMAD YUNUS PULUNGAN

NIM: 54.15.1.013



**DIII PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUMATERA UTARA
MEDAN
2018 M/ 1440 H**

LEMBAR PERSETUJUAN
STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA PADA BANK MUAMALAT
INDONESIA KCP BINJAI

Oleh :

MUHAMMAD YUNUS PULUNGAN
54.14.1.013

Dapat Disetujui Sebagai Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya (A.md)
Pada Program DIII Perbankan Syariah

Pembimbing

Neila Susanti, S.Sos. M.s
NIP.196907281999032003

Ketua Program Studi
DIII Perbankan Syariah

Zuhrinal M. Nawawi, M.A
NIP.197608182007101001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul: **STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KCP BINJAI**, telah diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, pada tanggal 30 November 2017.

Skripsi ini telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada program Diploma III Perbankan Syariah FEBI UIN Sumatera Utara.

Medan, 30 November 2017

Panitia Sidang Munaqasya Skripsi Minor
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SU Medan

Ketua

Sekretaris,

Zuhrinal M.Nawawi, M.A
NIP. 197608182007101001

Rahmi Svahriza, MA
NIP.198501032011012011

Anggota

Penguji I

Penguji II

Neila Susanti, S.Sos. M.s
NIP. 196907281999032003

Zuhrinal M.Nawawi, M.A
NIP.197608182007101001

Mengetahui,
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN-SU Medan**

Dr.Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

IKHTISAR

Muhammad Yunus Pulungan, NIM 54.14.1.013, Judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Binjai”. Tabungan Muamalat Prima merupakan tabungan unggulan di Bank Muamalat, adapun rumusan dalam penelitian ini adalah 1. Program apakah yang ditawarkan dalam strategi pemasaran produk tabungan Muamalat Prima, 2. Apa saja keunggulan yang terdapat pada produk Tabungan Prima pada Bank Muamalat KCP Binjai. Adapun metode yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah kualitatif. Salah satu program yang dilakukan menggunakan bauran pemasaran salah satunya memberikan produk yang unggul, harga yang relatif murah bagi masyarakat dan memberi bagi hasil yang tinggi, tempat yang strategis dalam memasarkan produk muamalat prima salah satunya dipasar yang banyak pengusahanya. Salah satu faktor yang mempengaruhi ketidakberhasilan penjualan tabungan prima ini yaitu adanya ketidakberhasilan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang gagal dalam pemasaran produk Tabungan Prima yang menyebabkan salah satunya juga fitur maupun bagi hasil yang kurang bersaing di Bank Konvensional.

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya, akhirnya penulis mampu menyelesaikan kuliah yang diakhiri dengan penulisan skripsi minor ini yang penulis diberi judul **“Strategi Pemasaran Produk Tabungan Prima Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Binjai”**

Sholawat bertangkaikan salam tidak lupa kita sampaikan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW, yang telah mengantarkan umatnya dari alam kejahilan hingga alam yang penuh dengan ilmu yang bermanfaat bagi umatnya dan semoga kita mendapatkan syafaatnya dikemudian hari kelak.

Penulis menyadari bahwa skripsi minor masih banyak kekurangan dalam penyajian karena kemampuan yang terbatas, untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima saran dan petunjuk yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan berbagai pihak yang membacanya. Penulisan skripsi minor ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian akhir perkuliahan dan untuk gelar Ahli Madya (A.Md) pada fakultas ekonomi dan bisnis islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Selama penyusunan skripsi minor ini, penulis banyak memperoleh bantuan seperti dorongan, semangat, dan pengertian yang diberikan kepada penulis, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua Ayahanda Porda Pulungan, dan Ibunda Linawati Ritonga, serta kakak Afridayani Pulungan S.Pd.I dan teman spesial Suci Kurnia Mandasari Nasution, serta keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungannya.
2. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Zuhrinal M. Nawawi, MA selaku ketua program D-III Perbankan Syariah.
5. Ibu Neila Susanti, S.Sos M.s selaku pembimbing skripsi minor.

6. Bapak Aris Budionarko selaku pemimpin PT. Bank Muamalat KCP Binjai yang telah member izin dan kesempatan penulis untuk magang serta survei lapangan.
7. Kepada semua karyawan/wati PT. Bank Muamalat KCP Binjai, Bang Budi, Bang Rizal, Bang Hery dan semua yang telah membantu member informasi dan dukungan kepada penulis.
8. Kepada seluruh sahabat penulis Widya Arianty, Ridwan Pungo, M.Rifai, Mauliza Hasti, Devi Septiani, Haris Hardianto, Ilham Santoso, Muhammad Habibi yang member dorongan dan dukungan kepada penulis.
9. Dan terimakasih teman-teman seperjuangan penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga skripsi minor ini berguna bagi pembaca dalam menambah ilmu pengetahuan dan semoga Allah SWT melimpahkan hidayahnya serta lindungannya kepada kita semua, Amin.

Medan, September 2018

Penulis

Muhammad Yunus Pulungan

54.14.1.013

DAFTAR ISI

Halaman	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
IKHTISAR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Metodologi Penelitian.....	12
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian bank syariah.....	14
B. Produk produk bank syariah.....	15
C. Landasan hukum.....	20
D. Defenisi pemasaran bank.....	20
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah dan perkembangan PT. Bank Muamalat Indonesia.....	25
B. Visi dan misi PT. Bank Muamalat Indonesia.....	27
C. Tujuan berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia.....	28
D. Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia.....	29
E. Produk produk tabungan PT. Bank Muamalat Indonesia.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Program yang dilakukan dalam strategi pemasaran produk.....	38
B. Keunggulan yang terdapat di bank muamalat prima.....	43
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pengertian Bank Umum menurut pasal 1 Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang nomor 10 Tahun 1998 adalah:”Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak”.¹

Menurut undang-undang No. 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, Bank Umum Syariah(BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lintas pembayaran dengan menggunakan prinsip syariah. Sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS), adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan diluar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah.²

¹Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun1998 tentang perbankan syariah.

²Muhammad Sholahuddin, Lembaga Keuangan dan Ekonomi islam (Yogyakarta: Ombak, 2014),hal.84

Menurut Muhammad syafi'i Antonio, ada empat fungsi utama bank syariah yaitu:

1. Manajemen Investasi

Bank syariah melakukan fungsi ini berdasarkan kontrak mudharabah atau kontrak perwakilan. Dalam kontrak mudharabah bank sebagai *mudharib*, yaitu pihak yang menjalankan dana dari pihak lain akan menerima persentase keuntungan jika nasabah memperoleh laba, maka jika terjadi kerugian, maka itu sepenuhnya menjadi resiko pemilik dana, dan bank tidak ikut bertanggung jawab.

2. Investasi

Bank – bank syariah menginvestasikan dana yang ditempatkan kepada dunia usaha (baik modal maupun dana rekening investasi) dengan menggunakan instrument investasi yang sesuai dengan prinsip syariah

3. Jasa Keuangan

Bank syariah memberikan layanan berdasarkan *fee* pada sebuah kontrak perwakilan atau penyewaan, misal: garansi, transfer kawat, L/C.

4. Kegiatan Social

Dalam prinsip syariah, sebuah bank seharusnya juga berfungsi sebagai social, seperti dana qardh (pinjaman kebaikan), zakat, atau pemberian dana social.³

Dalam sistem ekonomi, islam telah megharamkan transaksi dalam bisnis yang mengandung unsur riba, pelarangan riba. Bukanlah tidak beralasan, selain mengandung unsur

³Tri Hendro, Conny Tjandra Rahardja, *Bank dan Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014) hal. 182

eksplotasi juga menimbulkan ketidakadilan dalam masyarakat terutama bagi para pembeli modal (perbankan) yang pasti menerima keuntungan tanpa mau tahu apakah para peminjam dana (debitor) memperoleh keuntungan atau tidak. Dari persoalan riba tersebut, maka para tokoh ekonomi Islam mencoba merumuskan sistem perbankan yang berbeda dengan bank konvensional yang telah lama beroperasi yang kemudian dikenal dengan bank Islam atau bank syariah.

Istilah perbankan syariah pada saat ini merupakan isu yang hangat dan banyak sekali dibicarakan oleh praktisi perbankan syariah dan para ahlinya maupun oleh pakar politik dan ekonomi konvensional pada umumnya, keberadaannya yang mengutamakan sistem bagi hasil sebagai prinsip dasar dari perbankan syariah, diharapkan dapat memicu kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat muslim di Indonesia.

Bank syariah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga. Bank merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpundana (funding) untuk disalurkan (financing) kepada orang atau lembaga yang membutuhkannya dengan sistem bagi hasil⁴.

Sistem perbankan ini secara garis besar terinspirasi oleh nilai-nilai norma keagamaan yang berlandaskan pada nilai-nilai Ilahiyah, menjunjung tinggi kejujuran (honesty), menjamin keseimbangan (balance), menekankan sifat saling percaya (trust) dan saling tolong menolong antara kedua belah pihak.

⁴Kasmir. Bank dan Lembaga Keuangan lain, Jakarta:PT Raja Grafindo Persada 2008 hlm 17

Begitu juga dalam operasionalisasi perbankan syariah harus mengikuti ketentuan-ketentuan islam, yang berada dalam koridor prinsip-prinsip syariah diantaranya adalah.

- a. Keadilan, bank syariah memberikan bagi hasil, transfer dari mitra usahanya dengan hasil kerjanya masing-masing proposi yang adil sesuai dengan fitrah alam. Fitrah alam dan fitrah usaha pada dasarnya harus diupayakan sedangkan hasilnya (tidak pasti), kadang-kadang berhasil, kadang-kadang gagal. Aplikasi prinsip keadilan tersebut adalah bagian keuntungan antara (bank dengan pengusaha) atas dasar volume penjualan riil, besarnya pembagian keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil.
- b. Kemitraan, posisi nasabah investor, pengguna dana dan bank berada sejajar sebagai mitra usaha yang saling menguntungkan dan bertanggung jawab. Dalam menjalankan instrument pembiayaan semuanya berlandaskan keadilan dalam berbagai laba sesuai kontribusi dan risiko. Penghargaan akan faktor upaya (skill, pemikiran, kerja keras dan waktu) mendapatkan tempat yang sepadan dengan faktor modal.
- c. Transportasi adalah faktor yang interen dalam sistem perbankan syariah melalui laporan keuangan yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat dengan segera mengetahui tingkat keamanan dana, situasi dunia usaha, kondisi perekonomian bahkan kualitas manajemen bank.
- d. Universal dalam kemitraan, bank syariah harus menjadi alat yang ampuh untuk mendukung perkembangan usaha tanpa membedakan suku, agama, ras, dan antar golongan.

Operasional bank syariah merupakan perpaduan antara aspek moral dan aspek bisnis yang bertujuan untuk mendapatkan profit dari setiap usahanya serta menghindari bunga, maka

sistem operasinal perbankan syariah sistem bagi hasil (*profit an loss sharing*), hal ini bertujuan agar para nasabah tidak diinginkan dan adanya rasa keadilan (*juice*) antara pihak perbankan dan nasabah ketika dalam bisnisnya mengalami kerugian sebagaimana yang diharapkan oleh setiap pelaku bisnis akan tetapi keuntungan yang selalu diharapkan.

Strategi pemasaran didasarkan atas 5 (lima) konsep strategi sebagai berikut :

1. Segmentasi Pasar

Tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli yang mempunyai kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli. Karena itu, perusahaan harus mengelompokkan pasar yang bersifat heterogen tersebut kedalam satuan-satuan.

2. Market Positioning

Perusahaan tidak mungkin dapat menguasai pasar secara keseluruhan, maka prinsip strategi pemasaran yang kedua adalah memilih pola spesifik pasar perusahaan yang akan memberikan kesempatan maksimum kepada perusahaan untuk mendapatkan kedudukan yang kuat.

Dengan kata lain perusahaan harus memilih segmen pasar yang akan menghasilkan penjualan dan laba paling besar.

Segmen pasar semacam ini memiliki 4 (empat) karakteristik, yaitu :

- Berukuran cukup besar
- Mempunyai potensi untuk berkembang terus
- Tidak memiliki atau dipenuhi oleh perusahaan saingan
- Mempunyai kebutuhan yang belum terpenuhi, yang mana kebutuhan tersebut dapat dipuaskan oleh perusahaan yang memilih segmen pasar tersebut.

3. Market Entry Strategy

Market entry Strategy adalah strategi perusahaan untuk memasuki segmen pasar yang dijadikan pasar sasaran penjualan.

Strategi memasuki suatu segmen pasar dapat dilakukan dengan cara :

- Membeli perusahaan lain

Cara ini merupakan cara yang paling mudah dan cepat, cara ini ditempuh apabila :

1. Perusahaan pembeli tidak mengetahui tentang seluk beluk industri dari perusahaan yang dibeli
2. Sangat menguntungkan untuk secepat mungkin memasuki segmen pasar yang dikuasai perusahaan yang dibeli.
3. Perusahaan menghadapi macam-macam penghalang untuk memasuki segmen pasar yang bersangkutan melalui internal development, misalnya patent, economies of scale, saluran distribusi yang sulit dimasuki, biaya iklan yang mahal atau kesulitan bahan mentah.

- Internal Development

Ada perusahaan-perusahaan yang lebih suka berkembang melalui usaha sendiri yaitu melalui *research and development* karena berpendirian bahwa hanya dengan cara inilah kepemimpinan dalam industri dapat dicapai.

- Kerjasama dengan perusahaan lain

Keuntungan dengan cara ini ialah bahwa resiko yang dipikul bersama, dan masing-masing perusahaan saling melengkapi skill dan resources.

4. Marketing Mix Strategy

Marketing Mix strategy adalah kumpulan variabel-variabel yang dapat dipergunakan perusahaan untuk memengaruhi tanggapan konsumen. Variabel-variabel yang dapat mempengaruhi pembeli adalah yang disebut 7P (***Product, Price, Place, Promotion, Participant, Process, dan People Physicalevidence***).

5. Timing Strategy

Penentuan saat yang tepat dalam memasarkan barang merupakan hal yang perlu diperhatikan. Meskipun perusahaan melihat adanya kesempatan baik menetapkan objektif dan menyusun strategi pemasaran, ini tidaklah berarti bahwa perusahaan dapat segera memulai kegiatan pemasaran. Perusahaan harus lebih dahulu melakukan persiapan-persiapan baik dibidang produksi maupun dibidang pemasaran, kemudian perusahaan juga harus menentukan saat yang tepat bagi pelepasan barang dan jasa ke pasar.⁵

Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan atau usaha pemasaran, dari suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Jadi dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan perusahaan haruslah terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi serta posisinya di pasar dapat ditentukan kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan.

⁵ Tjiptono, dan Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, ANDI, Yogyakarta, 1997

Posisi bersaing dalam suatu industri meliputi :

1. Dominan(*dominant*)

Perusahaan ini mampu menegndalikan pesaing-pesaing yang lain serta memiliki banyak pilihan dalam menentukan strategi.

2. Kuat (*strong*)

Perusahaa ini mampu bertindak bebas tanpa membahayakan posisi jangka panjangnya walaupun pesaing-pesaing berbuat apa saja yang mereka kehendaki.

3. Baik

Perusahaan ini memiliki kekuatan yang bisa dimanfaatkan dalam strategi-strategi tertentu serta mempunyai peluang yang lebih diatas rata-rata untuk meningkatkan posisinya.

4. Sedang

Prestasi perusahaan cukup memuaskan untuk menjamin kelangsungan usahanya. Tetapi perusahaan ini sering kalah karena ulah perusahaan yang dominan serta untuk meningkatkan posisinya ia memiliki peluang yang kurang rata-rata industri.

5. Lemah

Perusahaan ini tampil dengan tidak memuaskan. Tetapi masih memiliki peluang-peuang perbaikan. Perusahaan ini harus mengubah diri, kalau tidak maka ia akan terpaksa keluar dari industri.

6. Tidak ada harapan (*Non-Viable*)

Perusahaan ini berprestasi dengan sangat tidak memuaskan serta memiliki peluang-peluang untuk perbaikan.⁶

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas masalah ini dengan judul”**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN PRIMA PADA BANK MUAMALAT INDONESIA KCP BINJAI**”.

B. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat ditarik pokok permasalahan menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pelaksanaan pemasaran produk Tabungan Prima Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Binjai??
2. Apa saja keunggulanyang terdapat pada produk Tabungan Prima Pada Bank Muamalat KCP Binjai?

⁶ Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian), Terjemahan Drs. Jaka Wasana MSM, Institut dan Pembinaan Manajemen, Jilid I, Edisi Kelima, Erlangga, Cetakan Ketujuh, Jakarta, 1996

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Berangkat dari latar belakang masalah dan juga pokok masalah yang telah dijelaskan di atas, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai peneliti ini antara lain adalah :

1. Tujuan penelitian
 - a. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana pelaksanaan produk Tabungan Prima pada Bank Muamalat KCP Binjai.
 - b. Untuk mengetahui apasaja yang menjadi keunggulan dalam pelaksanaan produk TabunganPrima Pada Bank Muamalat KCP Binjai.
2. Manfaat penelitian
 - a. Untuk memeperluas pengetahuan dan pemikiran secara kritis dan sistematis tentang Tabungan Prima Pada Bank Muamalat KCP Binjai.
 - b. Pengaplikasian dari ilmu yang diperoleh peneliti selama perkuliahan.

D. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak mengadakan perhitungan kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu data yang terkumpul berupa kata-kata, gambar bukan angka. Walaupun ada angka dalam metode ini hanya sebagai penunjang saja. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan kejadian yang terjadi saat ini.

2. Waktu dan tempat pelaksanaan penelitian

Dalam penelitian ini penulis melaksanakan praktik langsung pada tanggal 06 februari – 03 maret 2017 yang bertempat di bank Muamalat cabang pembantu BINJAI yang beralamat di komplek binjai supermall Blok Gr 05, Binjai.

3. Jenis data yang dibutuhkan

a. Data primer, Data yang diperoleh secara langsung dari tempat penelitian yang akan digunakan untuk analisis dan pembahasan masalah.

b. Metode penulisan data

c. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data serta memperoleh informasi dengan melakukan pengamatan langsung di Bank Muamalat KCPBinjai.

d. Wawancara atau interview

Teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung dengan karyawan Bank Muamalat KCP Binjai.

e. Dokumentasi

Menyediakan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat dari pencatatan sumber-sumber informasi khusus dari karangan/tulisan dll.

f. Teknik Pengelolaan Data

1. Editing, yakni pemeriksaan kembali dari semua data terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian.

2. Organizing, yaitu menyusun dan mensistematisasikan data tentang penelitian yang diperoleh dalam kerangka uraian yang telah direncanakan.
3. Penemuan hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian ini untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan fakta yang ditemukan. Dalam hal ini peneliti menganalisis data-data tentang Pelaksanaan produk Tabungan Prima pada Bank Muamalat KCP Binjai.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memberikan gambaran secara garis besar tentang apa yang menjadi isi dari penulisan skripsi ini maka dikemukakan susunan dan rangkaian masing-masing bab sbagai berikut :

- **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

- **BAB II : LANDASAN TEORITIS**

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian. Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis.

- **BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, dalam bab ini penulis menguraikan sejarah singkat PT. Bank Muamalat Cabang Pembantu Binjai, struktur organisasi, visi dan misi.

- **BAB IV : HASIL PEMBAHASAN**

Dalam bab ini berisi tentang penjelasan informasi yang dihasilkan dalam pengelolaan dalam data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti berdasarkan metode yang digunakan dengan berpedoman pada landasan teori dasar.

- **BAB V : PENUTUP**

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan atas hasil pembahasan analisa dan penelitian, dan saran-saran yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. PENGERTIAN BANK SYARIAH

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenis-jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

1. Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BUS dapat berusaha sebagai Bank Devisa dan Nondevisa. Bank Devisa adalah bank yang dapat melakukan transaksi keluar negeri atau berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan seperti transfer keluar negeri, inkaso ke luar negeri, pembukaan *letter of credit*, dan sebagainya.
2. Unit Usaha Syariah (UUS) adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Bank syariah yang terdiri dari BUS, UUS, dan BPRS pada dasarnya melakukan kegiatan usaha yang sama dengan bank konvensional, yaitu melakukan penghimpunan dan penyaluran dana masyarakat disamping penyediaan jasa keuangan lainnya.

Perbedaannya adalah seluruh kegiatan usaha bank syariah, UUS dan BPRS didasarkan pada prinsip syariah. Implikasinya, disamping harus selalu sesuai dengan prinsip hukum islam juga adalah karena dalam prinsip syariah memiliki berbagai variasi produk yang lebih banyak dibandingkan produk bank konvensional.⁷

B. PRODUK-PRODUK BANK SYARIAH

1. Penghimpun Dana

Penghimpun dana di Bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *wadiah* dan *mudharabah*.

a. Giro

Giro adalah simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan di rekening giro dapat diambil setiap waktu menggunakan cek, bilyet giro, dan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindah bukuan setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan. Giro yang digunakan dalam perbankan syariah menggunakan akad wadiah yang berarti nasabah tidak mendapatkan keuntungan berupa nisbah, melainkan bonus yang nilainya tidak boleh diperjanjikan di awal akad.⁸

b. Tabungan

⁷ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009), hal 61

⁸ Khotibul Umam, *perbankan syariah* (Jakarta Rajawali Pers, 2016), hal. 80-81

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.

Dalam hal ini terdapat dua prinsip perjanjian islam yang sesuai diimplementasikan dalam produk perbankan berupa tabungan, yaitu wadiah dan mudharabah. Hampir sama dengan giro, pilihan terhadap produk ini tergantung motif dari nasabah. Jika motif hanya menyimpan maka bisa dipakai produk tabunga wadiah, sedangkan untuk memenuhi nasabah yang bermotif investasi atau mencari keuntungan maka tabungan mudharabah yang sesuai.

c. Deposito

Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah/atau UUS.

Bank dan masing-masing mendapatkan keuntungan. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposit adalah uang yang tersimpan relative lebih lama, mengingat deposit memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikan yang panjang. Sehingga bank akan lebih leluasa melempar dana tersebut untuk kegiatan yang produktif.

2. Penyaluran Dana

a. Pembiayaan Dengan Prinsip Jual Beli

1) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah pembiayaan saling menguntungkan yang dilakukan oleh *shahibul mal* dengan pihak yang membutuhkan melalui transaksi jual beli dengan penjelasan bahwa harga pengadaan barang dan harga jual terdapat nilai lebih yang merupakan keuntungan atau laba bagi *shahibulmal* dan pengembaliannya dilakukan secara tunai atau angsur. Singkatnya, jual beli murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga pokok dan margin yang disepakati oleh penjual dan pembeli.⁹

2) Pembiayaan Salam

Pembiayaan salam adalah akad jual beli barang pesanan diantara pembeli dengan penjual. Spesifikasi dan harga barang pesanan harus sudah disepakati diawal akad, sedangkan pembayaran dilakukan dimuka secara penuh.

3) Pembiayaan istisnha'

Pembiayaan istisnha' adalah akad jual beli antara pemesan dengan penerima pesanan atas sebuah barang dengan spesifikasi tertentu. Spesifikasi dan harga haruslah sudah disepakati pada awal akad, sedangkan pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan. Apakah pembayaran dilakukan dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai suatu waktu pada masa yang akan datang.¹⁰

b. Pembiayaan Dengan Prinsip Bagi Hasil

⁹Mardani, *fiqih Ekonomi Syariah* (Jakarta:prenadamedia Group,2012) hal.136-137.

¹⁰Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka pelajar,2010) hal.128-137

1) Pembiayaan Musyarakah

Musyarakah adalah akad kerjasama antara dua belah pihak atau lebih dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi (atau kompetensi, expertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

2) Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya mengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.¹¹

c. Jasa Perbankan Syariah

Bank syariah dapat melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapatkan imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain:

1) Hiwalah (Alih Utang Piutang)

Tujuan hiwalah adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melakukan produksinya.

Untuk mengantisipasi risiko kerugian yang akan timbul, bank perlu melakukan penelitian atas kemampuan pihak yang berutang dan kebenaran transaksi antara yang memindahkan piutang dengan yang berutang.

2) Rahn (Gadai)

¹¹Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal.95

Tujuan akad rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaannya.

3) Qardh

Qardh adalah pinjaman uang. Apabila Qardh dalam perbankan biasanya ada empat hal, yaitu:

- Sebagai pinjaman talangan haji
- Sebagai pinjaman tunai produk kartu kredit syariah
- Sebagai pinjaman usaha kecil
- Sebagai pinjaman usaha bank

4) Wakalah (Perwakilan)

Wakalah dalam aplikasi perbankan terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti pembukuan L/C, inkaso, dan transfer uang.

5) Kafalah (Garansi Bank)

Garansi bank dapat diberikan dengan tujuan untuk menjamin pembayaran. Bank dapat mensyaratkan nasabah untuk menempatkan sejumlah dana untuk fasilitas ini sebagai rahn. Bank dapat pula menerima dana tersebut dengan prinsip wadi'ah.

6) Ijarah (Sewa)

Jenis kegiatan ijarah ini antara lain penyimpanan kotak simpanan dan jasa tata laksana administrasi dokumen. Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

C. LANDASAN HUKUM

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ

اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَجِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu¹²

D. DEFENISI PEMASARAN BANK

Pengertian pemasaran disetiap perusahaan tidak ada perbedaan. Hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan memiliki kriteriaristik tersendiri. Misalnya, pemasaran yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang tertentu akan sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk jasa seperti perusahaan keuangan. Bank sebagai perusahaan yang bergerak dibidang keuangan produk yang diperjualbelikan merupakan jasa keuangan. Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya.

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah :

Suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditunjuk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

¹² Al-qur'an & Terjemahan QS. Annisa 29

Dari defenisi ini beberapa pengertian yang perlu untuk kita ketahui adalah sebagai berikut¹³

Produk bank dan jasa yang ditawarkan kepada nasabah untuk mendapatkan perhatian, untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Kemudian, pengertian permintaan adalah suatu keinginan manusia yang didukung oleh daya belinya. Artinya, sesuatu akan terjadi permintaan apabila konsumen memiliki sejumlah dana atau barang pengganti untuk memperoleh barang yang lain. Besarnya permintaan nasabah tergantung dari daya beli nasabah tersebut disamping harus didukung oleh minat dan akses untuk mendapatkannya.

Pertukaran adalah tindakan untuk memperoleh sesuatu barang yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai penggantinya. Sebagai contoh nasabah memperoleh kredit dari bank, maka nasabah akan mempertunjukkan dengan jaminan kredit berupa benda-benda berharga atau surat-surat berharga yang dinilai oleh bank atau setara dengan kredit yang diberikan.

Pasar adalah himpunan nasabah (pembeli nyata dan pembeli potensial) atas sesuatu produk baik barang maupun jasa. Pasar juga dapat diartikan pula sebagai tempat penjual dan pembeli melakukan transaksi. Arti lain dapat pula pasar tidak memiliki tempat pertemuan tapi lewat alat-alat lain seperti telepon, faks, atau internet. Pengertian pasar potensial adalah humpunan nasabah yang menyatakan ada minat pada suatu produk atau jasa bank. Akan tetapi

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media group, 2010) hal 54, hal 56

belum memiliki pendapatan atau akses. Artinya untuk sementara waktu nasabah belum memiliki produk bank walaupun ada minat dan akses, namun akan menabung di bank yang ia inginkan.

Pasar nyata (tersedia) adalah himpunan nasabah yang mempunyai minat, pendapatan, dan akses pada suatu produk jasa bank. Dalam hal ini nasabah sudah hampir dipastikan akan melakukan transaksi mengingat syarat-syarat diatas sudah dipenuhi

Pengertian kebutuhan nasabah bank adalah suatu keadaan yang dirasakan tidak ada dalam diri seseorang.

Sebagai contoh kebutuhan nasabah bank adalah :

- a. Kebutuhan akan produk jasa bank.
- b. Kebutuhan rasa aman berhubungan dengan bank.
- c. Kebutuhan menyamakan berhubungan dengan bank.
- d. Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh seluruh karyawan bank.
- e. Kebutuhan untuk persahabatan dan keakraban
- f. Kebutuhan untuk diperhatikan oleh karyawan bank.
- g. Kebutuhan status/ prestise
- h. Kebutuhan aktualisasi diri.

Keinginan nasabah adalah merupakan kebutuhan yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu. Keinginan nasabah bank adalah sebagai berikut :

- a. Ingin memproleh pelayanan yang cepat
- b. Ingin agar bank bisa menyelesaikan masalah yang dihadapi
- c. Memperoleh komitmen bank
- d. Memperoleh pelayanan yang bermutu(cepat dan memuaskan)

- e. Ingin memperoleh nasabah atas pelayanan yang diberikan
- f. Ingin dihormati dan dihargai oleh seluruh karyawan bank
- g. Ingin perhatian oleh karyawan bank
- h. Ingin memperoleh status/ prestise

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2008) inti dari pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Salah satu defenisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan”. Pemasaran yang baik bukan sebuah kebetulan, melainkan hasil dari perencanaan dan pelaksanaan yang cermat. Karena kesuksesan financial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. Financial, operasional, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan akan produk dan jasa sehingga perusahaan bisa menghasilkan keuntungan.

Sedangkan dalam buku Philip Koter Keith Cox, oleh Theodore Levitt, (1981) setiap industri yang besar pernah menjadi industri yang tumbuh (*growth industry*). Namun ada diantaranya yang masih asik mengalun-alun digelombang antusiasme pertumbuhan, sebenarnya mereka sudah mulai turun kedalam lembah kemerosotan.

Ada pula yang lain, yang umum dipandang sebagai industri pertumbuhan yang mapan, namun pada kenyataannya pertumbuhan sudah terhenti.¹⁴

Menurut Murti Sumarni (1997) manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran (*target buyer's*) dengan maksud untuk mencapai tujuan- tujuan organisasional.

¹⁴Philip kotler dan Kevin Lane Keller, manajemen pemasaran (PT. Gelora Aksara Pratama, 2008) hal 4 dan 5

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PT. BANK MUAMALAT INDONESIA

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1421H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawwal 1421H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Pada akhir tahun 90-an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit

macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu RP 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat.

Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 Kantor Pos Online/SOPP di seluruh Indonesia, 1996 ATM, serta 95.000 merchant debit. BMI saat ini juga merupakan satu-satunya bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia.

Untuk meningkatkan aksesibilitas nasabah di Malaysia, kerjasama dijalankan dengan jaringan Malaysia Electronic Payment System (MEPS) sehingga layanan BMI dapat diakses di lebih dari 2000 ATM di Malaysia. Selain itu Bank Muamalat memiliki produk shar-e gold dengan teknologi chip pertama di Indonesia yang dapat digunakan di 170 negara dan bebas biaya diseluruh merchant berlogo visa.

Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi oleh pemerintah, media massa, lembaga nasional dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70 award bergengsi yang diterima oleh BMI dalam 5 tahun Terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai Best Islamic Bank in Indonesia 2009 oleh Islamic Finance News(Kuala Lumpur), sebagai Best Islamic Financial Institutional in Indonesia 2009 oleh Global Finance(New York) serta sebagai The Best Islamic Finance House in Indonesia 2009 oleh Alpha South East Asia (Hong Kong).

B. VISI DAN MISI PT.BANK MUAMALAT INDONESIA

a. Visi

Menjadi Bank Syari'ah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual,dikagumi di pasar rasional.

b. Misi

Menjadi role model Lembaga Keuangan Syari'ah dunia dengan penekananan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimumkan nilai kepada *stakeholder*.

C. TUJUAN BERDIRI PT.BANK MUAMALAT INDONESIA

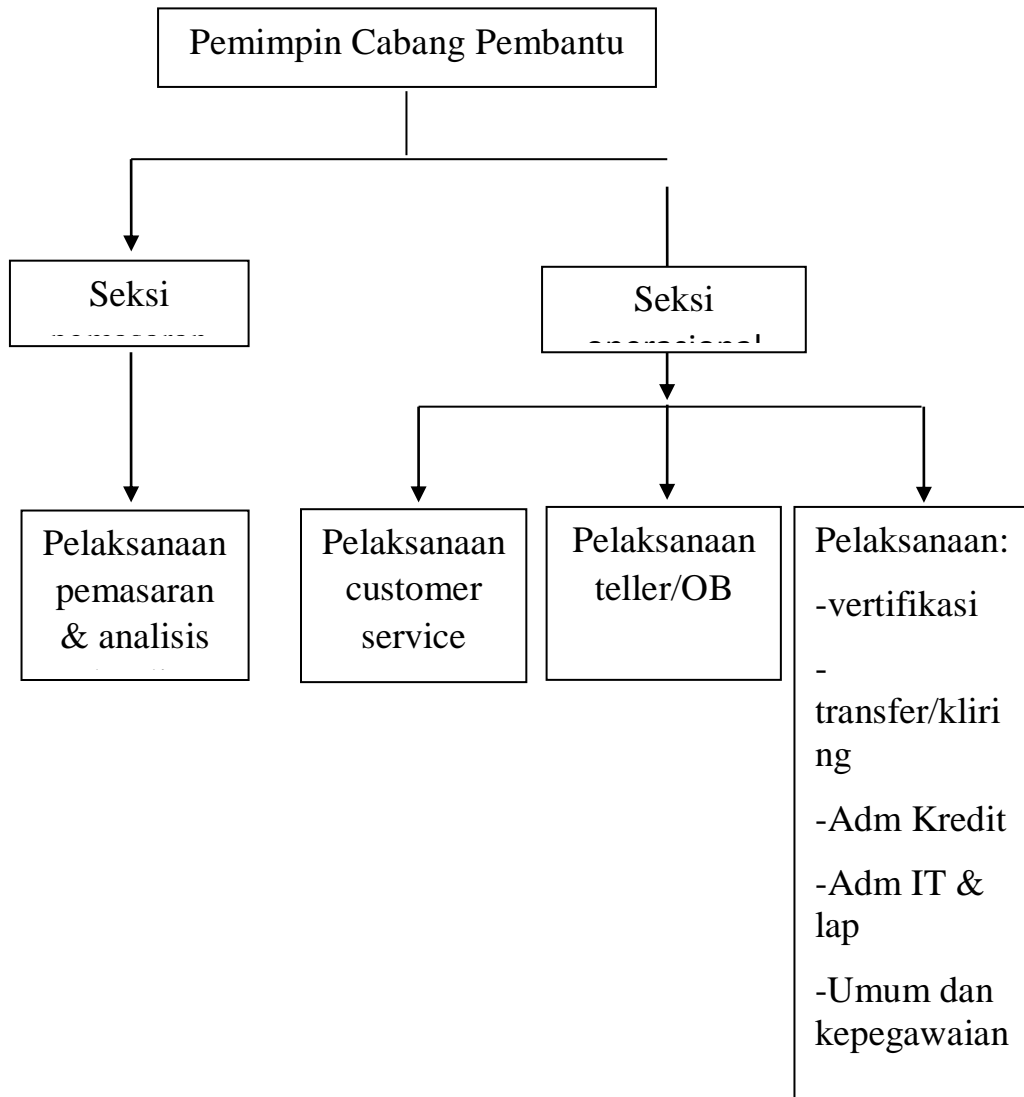
Adapun tujuan berdirinya Bank Muamalat Indonesia,yaitu :

1. Meningkatkan kualitas kehidupan social ekonomi masyarakat indonesia,sehingga semakin berkurang kesenjangan social ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional,antara lain melalui:
 - a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
 - b. Meningkatkan kesempatan kerja
 - c. Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
 - d. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.

2. Mengembangkan lembaga bank dan sistem Perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga Perbankan ke daerah-daerah terpencil.

3. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

**D. STRUKTUR ORGANISASI PT. BANK MUAMALAT CABANG PEMBANTU
BINJAI**



E. PRODUK PRODUK PT.BANK MUAMALAT INDONESIA

1. Produk Penghimpunan Dana(*Funding Products*)

a. Shar-‘e

Shar-‘e adalah tabungan instan investasi syari’ah yang memadukan kemudahan akses ATM, Debit dan *Phone Banking* dalam satu kartu dan dapat dibeli di kantor pos seluruh Indonesia. Hanya dengan Rp. 125.000, langsung dapat diperoleh satu kartu Shar-‘e dengan saldo awal tabungan Rp.100.000, sebagai sarana menabung berinvestasi di Bank Muamalat. Shar-‘e dapat dibeli melalui kantor pos. di investasikan hanya untuk usaha halal dengan bagi hasil kompetitif. Tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (phone banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi *history transaksi*, transfer antara rekening sampai dengan 50 juta dan berbagai pembayaran).

b. Tabungan Ummat

Merupakan investasi tabungan dengan aqad *Mudharabah* di Counter Bank Muamalat di seluruh Indonesia maupun di Gerai Muamalat yang penarikannya dapat dilakukan di seluruh Counter Bank Muamalat, ATM Muamalat, jaringan ATM BCA/PRIMA dan jaringan ATM Bersama. Tabungan Ummat dengan Kartu Muamalat juga berfungsi sebagai akses debit di seluruh *Merchant* Debit BCA/PRIMA di seluruh Indonesia. Nasabah memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan Bank atas dana tersebut.

c. Tabungan haji arafah

Merupakan tabungan yang dimaksudkan untuk mewujudkan niat nasabah untuk menunaikan ibadah haji. Produk ini akan membantu nasabah untuk merencanakan ibadah haji sesuai dengan kemampuan keuangan dan waktu pelaksanaan yang diinginkan. dengan fasilitas asuransi jiwa, Insya Allah pelaksanaan ibadah haji tetap terjamin. Dengan keistimewaan tersebut, nasabah tabungan arafah bisa memilih jadwal waktu keberangkatannya sendiri dengan setoran tetap tiap bulan, keberangkatan nasabah terjamin dengan asuransi jiwa, apabila penabung meninggal dunia, maka ahli waris dapat berangkat.

Tabungan haji arafah juga menjamin nasabah untuk memperoleh porsi keberangkatannya (sesuai dengan ketentuan departemen agama) dengan jumlah dana Rp.32.670.000,00- (tiga puluh dua juta enam ratus tujuh puluh ribu rupiah), karena bank muamalat telah online dengan siskohat departemen agama republik Indonesia. Tabungan haji arafah memberikan keamanan lahir batin karena dana yang disimpan akan dikelola secara syariah.

d. Deposito *Mudharabah*

Merupakan jenis investasi bagi nasabah perorangan dan badan hukum dengan bagi hasil yang menarik. Simpanan dana masyarakat akan dikelola melalui pembiayaan kepada sector riil yang halal dan baik saja sehingga memberikan bagi hasil yang halal tersedia dalam jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan.

e. Deposito Fulinves

Merupakan jenis investasi yang dikhususkan bagi nasabah perorangan, dengan jangka waktu enam dan duabelas bulan dengan nilai nominal Rp.2.000.000,- atau senilai USD 500 dengan

fasilitas asuransi jiwa yang dapat dipergunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi Bank Muamalat. Nasabah memperoleh bagi hasil yang menarik tiap bulan.

f. *Giro Wadi'ah*

Merupakan titipan dana pihak ketiga berupa simpanan giro yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, dan pemindah bukuan. Diperuntukkan bagi nasabah pribadi maupun perusahaan untuk mendukung aktivitas usaha. Dengan fasilitas kartu ATM Bersama, akses di lebih dari 18.000 *Merchant* Debit BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (phone banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi *history* transaksi, transfer antar rekening sampai dengan 50 juta dan berbagai pembayaran).

g. Dana Pensiun Muamalat

Dana pensiun Muamalat dapat diikuti oleh mereka yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dan pilihan usia pensiun 45-65 tahun dengan iuran sangat terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000 per bulan dan pembayarannya dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat atau dapat ditransfer dari Bank lain. Peserta juga dapat mengikuti program Wasiat Ummat, dimana selama masa kepersertaan, peserta dilindungi asuransi jiwa sebesar nilai tertentu dengan premi tertentu. Dengan asuransi ini, keluarga peserta akan memperoleh dana pensiun sebesar yang diproyeksikan sejak awal jika peserta meninggal dunia sebelum memasuki masa pensiun.

2. **Produk Penanaman Dana (*Investment Product*)**

A. Konsep Jual Beli

1. Murabahah

Adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati.

Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.

2. Salam

Adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan dimuka/tunai.

3. Istishna

Adalah jual beli barang dimana Shani' (produsen) ditugaskan untuk membuat suatu barang(pesanan) dari Mustashni' (pemesan). Istishna' sama dengan Salam yaitu dari segi obyek pesannya yang harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya hanya pada system pembayarannya yaitu *Istishna'* pembayaran dapat dilakukan di awal, di tengah atau di akhir pesanan.

B. Konsep Bagi Hasil

1. Musyarakah

Adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung sesuai kesepakatan.

2. Mudharabah

Adalah kerjasama antara bank dengan *Mudharib* (nasabah) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha. Dalam hal ini pemilik modal (*ShahibulMaal*) menyerahkan modalnya kepada pekerja/pedagang (*Mudharib*) untuk dikelola.

3. Konsep Sewa

3.1. Ijarah

Adalah perjanjian antara bank (*muajjir*) dengan nasabah (*Mustajir*) sebagai penyewa suatu barang milik bank dan bank mendapatkan imbalan jasa atas barang yang disewakannya.

3.2. *Ijarah Muntahia Bittamlik*

Adalah perjanjian antara Bank (*Muajjir*) dengan nasabah sebagai penyewa. *Mustajir*/penyewa setuju akan membayar uang sewa selama masa sewa yang diperjanjikan dan bila sewa selama masa sewa berakhir penyewa mempunyai hak opsi untuk memindahkan kepemilikan obyek sewa tersebut. Produk Jasa (*Service Products*).

4. Produk Jasa (*Service Products*)

4.1. *Wakalah*

Berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Secara teknis Perbankan, *Wakalah* adalah akad pemberian wewenang/kuasa dari lembaga/seseorang (sebagai pemberi mandat) kepada pihak lain (sebagai wakil) untuk melaksanakan urusan dengan batas kewenangan dan waktu tertentu. Segala hak dan kewajiban yang diemban wakil harus mengatasnamakan yang memberikan kuasa.

4.2. *Kafalah*

Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafli) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, kafalah juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

4.3. *Hawalah*

Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari *muhil* (orang berhutang) menjadi tanggungan *muhal 'alaiah* atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

4.4. *Rahn*

Adalah menahan salah satu milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *rahn* adalah jaminan hutang atau gadai.

4.5 *Qardh*

Adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali. Menurut teknis perbankan, *qardh* adalah pemberian pinjaman dari bank ke nasabah yang dipergunakan untuk kebutuhan mendesak, seperti dana talangan dengan kriteria tertentu dalam jangka waktu tertentu dan bukan pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayaran dilakukan secara angsuran atau sekalligus.

5. Jasa Layanan (Service)

5.1. ATM

Layanan ATM 24 jam yang memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antara rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran zakat, infaq, sedekah (hanya pada ATM Muamalat) dan tagihan telepon. Untuk penarikan tunai,

kartu muamalat dapat diakses di 8.888 ATM di seluruh Indonesia, terdiri atas mesin ATM muamalat, ATM BCA/PRIMA dan ATM bersama, yang bebas biaya penarikan tunai.

Kartu muamalat juga dapat dipakai untuk bertransaksi di 18.000 lebih *Merchant* debit BCA/PRIMA, saat ini sudah dapat dilakukan transfer antara bank.

5.2. SalaMuamalat

Merupakan layanan phone banking 24 jam dan call center yang memberikan kemudahan bagi nasabah, setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antar rekening, seta mengubah PIN.

5.3. Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)

Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat maupun ke lembaga-lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan bank muamalat, melalui *phone banking* dan ATM Muamalat di seluruh cabang Bank Muamalat.

5.4. Jasa-jasa lain

Bank muamalat menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti *transfer, colletion, standing instruction, bank draft*, referensi bank.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PROGRAM YANG DILAKUKAN DALAM STRATEGI PEMASARAN PRODUK

Program yang dilakukan dalam strategi pemasaran produk menggunakan bauran pemasaran atau (*marketing mix*). Terdiri dari empat P yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi).

1. Produk Tabungan Muamalat Prima

Tabungan Muamalat Prima dipersembahkan bagi Anda yang mendambakan hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi. Tabungan-tabungan prioritas yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil yang tinggi bahkan setara dengan deposito. Ini salah satu produk perbankan unggulan dari bank muamalat untuk anda yang mendambakan hasil maksimal dan kebebasan transaksi. Dana simpanan di tabungan muamalat prima dapat ditarik sesuai kebutuhan, fleksibel dengan tetap memperoleh hasil yang menguntungkan serta dengan deposito. Tabungan muamalat prima didesain dengan sistem prosedur yang canggih untuk menjamin keamanan dana nasabah. Seluruh nasabah tabungan muamalat prima ini bebas bertransaksi kapan saja di ATM muamalat, ATM bersama/prima, dan jaringan ATM berlogo VISA diseluruh dunia.

Adapun syarat menabung Prima Muamalat, yaitu :

- Nasabah Perorangan
 - a. Mengisi formulir pembukaan rekening
 - b. Kartu identitas:
 1. WNI : KTP / SIM / Paspor yang masih berlaku dan NPWP/Surat pernyataan

2. WNA : KITAS / KIMS/Paspor/Surat referensi

- Nasabah Non Perorangan
 - a. Mengisi formulir pembukaan rekening
 - b. Dokumen yang diperlukan :
 - NPWP
 - Akta Pendirian dan Perubahan (jika ada)
 - Izin usaha yaitu TDP dan SIUP bagi badan usaha
 - Surat kuasa penunjukkan pengelolaan rekening
 - Bukti identitas diri penerima dan pemberi kuasa.

2. Harga Membuka Rekening

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan strategi pemasaran penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Penentuan harga akan sangat berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bank konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sementara itu, harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil. Dalam harga membuka rekening tabungan prima relatif kecil buat pengusaha atau pebisnis.

- Tarif dan Biaya Tabungan Muamalat Prima

Akad produk = Mudharabah Mutlaqah

Setoran awal = 1. Perorangan : Rp5.000.000.00,

2. Non perorangan : Rp25.000.000.00,-

Setoran Minimal via Counter	Rp.100.000,-
Saldo minimum	Rp. 50.000,-
Biaya Penutupan	Rp.20.000,-
Biaya Administrasi	1. Rekening aktif: Rp 12.500,- 2. Rekening Pasif: Rp 17.500,-
Penggunaan QQ dan Joint	Diperbolehkan
Penarikan di ATM Muamalat	Gratis
Penarikan di ATM Prima dan Bersama	1. Gratis apabila sisa saldo setelah tarik tunai > 10 Juta 2. Rp. 7.500,- apabila sisa saldo setelah tarik tunai < 10>
Minimum Penarikan via Counter	Rp.20.000,-
Penggantian buku rekening	Rp.10.000,00,-
Penutupan rekening	Rp.20.000,00,-
Pemeliharaan kartu ATM	Rp.1.500,00,-

*Bank berhak menutup rekening tabungan tanpa pemberitahuan kepada nasabah apabila :

1. Rekening berstatus tidak aktif dan bersaldo nol
2. Syarat setoran awal pembukaan rekening tidak dipenuhi

3. Tempat/Saluran Distribusi.

Bagi penentuan lokasi atau tempat bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana harus memberikan rasa yang nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

Adapun saluran distribusi pada bank yaitu dari produsen langsung ke konsumen dimana pertama pihak bank menciptakan produk kemudian produk tersebut ditawarkan kepada nasabah untuk memilih produk yang telah diciptakan oleh pihak perbankan. Tapi khusus untuk satu produk prima bank muamalat ini harus kencar mencari nasabah ke pasar, mall, dll. Tempat yang banyak terdapat pengusaha atau pebisnis.

4. Promosi

Promosi produk dilakukan guna untuk menyebarkan informasi produk bank muamalat prima kepada konsumen, dan meningkatkan penjualan sehingga pendapatan perusahaan meningkat. Adapun jenis produk yang telah dilakukan yaitu :

- Promosi produk periklanan (*advertising*), bank melakukan periklanan menggunakan brosur.
- Promosi penjualan (*sales promotion*), bank memberikan promosi point-point, juga memberikan cendra mata yang bertuliskan lambang bank sebagai kenang-kenangan.
- Publisitas (*publicity*), bank mengikuti bakti sosial, mengikuti pameran-pameran atau dengan mobile bank datang ketempat-tempat ramai seperti sekolah/kampus, pasar, mall, dll

- Penjualan pribadi (*personal selling*), dilakukan perorangan oleh pegawai bank dalam mencari nasabahnya.

Strategi pemasaran pada bank muamalat yaitu menggunakan berbagai macam seperti brosur dimana bank muamalat membuat brosur itu untuk semua jenis produk, kemudian brosur tersebut disebarakan kepada masyarakat luas, menggunakan spanduk yang dimana spanduk tersebut diletakkan di tempat-tempat umum dan juga didepan bank muamalat tersebut, di website atau internet karena dengan semakin berkembangnya dunia teknologi maka strategi pemasaran melalui internet semakin efektif dan dapat berpengaruh besar terhadap kemajuan perbankan yang bersangkutan, dan juga peningkatan terhadap produk yang ditawarkan oleh bank muamalat, dan masih banyak juga seperti media lain seperti TV, Koran, majalah dan lain-lain.

Menurut Dian Ardila selaku karyawan bank muamalat strategi yang dilakukan ialah:

1. Menuju ke majelis taklim
2. Membuka stan-stan muamalat
3. Adanya mobile brand keseluruh pasar
4. Memberikan prosesnya (bagi hasil)
5. Promo ATM
6. Memberikan souvenir(layanan).

B.KEUNGGULAN YANG TERDAPAT DI BANK MUAMALAT PRIMA

1.Menguntungkan

Tabungan Muamalat prima memberikan keuntungan yang tinggi.

2.Fleksibel

Dapat ditarik dan dimanfaatkan saldonya untuk bertransaksi setiap saat dibutuhkan.

3. Aman

Tabungan muamalat Prima telah didesain secara sistem dan prosedur sehingga aman dan memiliki tingkat jaminan keamanan yang lebih tinggi

4. Nyaman

Fasilitas tarik tunai di ATM Non Muamalat, jaringan kantor yang luas dan ditambah keberadaan SOPP (*system online payment point*) di kantor pos, merchant VISA serta terdapat fasilitas Phone Banking, mobile banking dan internet banking.

5. Program Muamalat Berbagi Rezeki

Nasabah memiliki kesempatan untuk memenangkan hadiah berupa tupperware, smartphone, dan berbagai hadiah menarik lainnya yang bisa dipilih, untuk mendapatkan hadiah melalui tabungan Muamalat Prima syaratnya menabung minimal Rp.25 juta selama minimal 6 tahun.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Program strategi yang dilakukan menggunakan bauran pemasaran salah satunya menjual kemajelis taklim, membuka stan-stan muamalat, adanya mobile brand keseluruh pasar, memberikan bagi hasil, promo ATM, memberikan souvenir(layanan). Salah satu faktor yang mempengaruhi ketidak berhasilan penjualan tabungan prima yaitu adanya ketidak berhasilan dalam *marketing mix* ataubauran pemasaran yang gagal dalam pemasaran produk tabungan prima muamalat yang menyebabkan salah satunya juga fitur maupun bagi hasil yang kurang bersaing di bank konvensional.

Dalam produk tabungan prima muamalat yang ditunjuk adalah nasabah yang memiliki bisnis atau usaha yang sudah maju salah satunya pengusaha besar ayam potong, pengusaha kendaraan dan lain-lain. Karena bukan itu saja pihak bank harus memberikan kepuasan nasabah yang diinginkan juga harus tersalurkan sesuai dengan fitur yang setara deposito yang artinya ditabungan pria muamalat ini memberikan bagi hasil dan fitur yang dijanjikan sesuai kenyataan dan memberikan tabungan setara dengan investasi yang bebas diambil kapan saja.

Tabungan prima muamalat merupakan tabungan unggulan yang ada di bank muamalat dari mulainya adanya pembukaan tabungan ini prima muamalat dari tahun 2013 hingga sekarang di KCP Binjai. Jumlah nasabah yang menabung aktif maupun nonaktif berjumlah 105 orang nasabah. Di bank muamalat cabang binjai ini sudah lebih banyak nasabahnya meminjam daripada menabung karena bank muamalat KCP Binjai adalah bank kooperatif yang

peminjamannya lebih besar dibandingkan bank muamalat lain. Sehingga di bank muamalat lebih banyak mengajukan pembiayaan pinjaman yang jumlahnya besar dibandingkan menabung yang berjumlah besar. Sehingga karyawan bagian *funding* sedikit kesulitan dalam mencari nasabah yang ingin menabung dengan jumlah besar.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mencoba memberikan beberapa saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat dan sebagai bahan pertimbangan PT. Bank Muamalat dan peneliti selanjutnya, antara lain:

1. Untuk mempertahankan dan meningkatkan produk tabungan prima pada nasabah di Bank Muamalat hendaknya pihak bank lebih meningkatkan pengenalan atau pengetahuan tentang tabungan prima tersebut.
2. Pihak bank seharusnya lebih mengutamakan produk tabungan muamalat prima dikarenakan produk muamalat prima merupakan produk unggulan yang mana produk ini lebih banyak peminatnya sehingga dapat menguntungkan pihak bank.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahan Q.S Annisa 29

Antonio, muhammad syafi'i. *Bank Islam: Teori dan Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2000.

Djuwaini,Dimyauddin, *Pengantar Fiqih Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hal 128-137.

Hendro,Tri dan Conny Tjandra Rahardja, *Bank & Institusi Keuangan Non Bank di Indonesia*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Drafindo Persada 2008, hal 17.

Kasmir, *Pemasaran Bank*,(Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010) hal 54-56

Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah* (Jakarta : Prenadamedia Group,2012) hal 136-137.

Philip kotler, dan kevin keller, *Manajemen Pemasaran* (PT. Gelora Aksara Pratama, 2008) hal 4 dan hal 5

Sholehuddin, Muhammad, *Lembaga Keuangan dan Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ombak 2014) hal.84

Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009) hal 61

Tjiptono, dan Fandy, *Srategi Pemasaran*, edisi kedua, yogyakarta, 1997

Umam, Khotibul, *Perbankan Syariah* (Jakarta Rajawali Pers, 2016) hal 80-81

Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan Syariah

TENTANG PENULIS

Penulis dilahirkan di Rantau Prapat, kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan Batu, Provinsi Sumatera Utara, Pada tanggal 04 Mei 1996, Putra dari pasangan suami-istri Bapak Porda Pulungan dan Ibu Lina Wati Ritonga. Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara. Anak pertama bernama Afridayani Pulungan S.Pd.I, Dan anak kedua Muhammad Yunus Pulungan.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat sekolah dasar di SDN 1134383 Purba Bangun pada tahun 2008, tingkat sekolah menengah pertama di MTsS Misbahu Dzikri Pulo Padang pada tahun 2011, tingkat sekolah menengah atas atau sederajat di MAN Rantau Prapat pada tahun 2014, kemudian melanjutkan kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara mulai tahun 2014 mengambil jurusan DII Perbankan Syariah pada program Diploma III.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis pernah bergabung sebagai anggota HMJ (Himpunan Mahasiswa Jurusan), HIMLAB (Himunan Mahasiswa Labuhan Batu), dll.