STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KE TIGAPADA PT BANK SYARIAH

MANDIRIKCP MEDAN RINGROAD

SKRIPSI MINOR

Oleh :

PEBI RESQUE TARIGAN

54153075

PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

2018 M/1439 H

STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KE TIGAPADA PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP MEDAN RINGROAD

SKRIPSI MINOR

DiajukanSebagai Salah

SatuSyaratUntukMemperolehGelarAhliMadyaDalamIlmuPerbankanSyariahFa

kultasEkonomidanBisnis Islam

Universitas Islam Negri Sumatera Utara

Oleh :

PEBI RESQUE TARIGAN

NIM : 54153075

PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

2018 M/1439 H

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP MEDAN RINGROAD

Oleh :

PEBI RESQUE TARIGAN

54153075

Menyetujui

PEMBIMBING	KETUA PROGRAM STUDI D-III PERBANKAN SYARIAH
Dr.Muhammad Yafiz,M,Ag	Zuhrinal M,Nawawi,MA
NIP: 197604232003121002	NIP:197608182007101001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi minor ini berjudul : **STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP MEDAN RINGROAD**, telah diuji dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan, pada tanggal 23 April 2018.

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

Medan, 23 April 2018

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi Minor

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua,	sekretaris,
Aliyuddin Abdul Rasyid, LC,MA NIP.196506282003021001	Muhammad Syahbudi,S.E.I,MA NIB.1100000094

Anggota

Penguji I	Penguji II
Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag NIP.197604232003121002	Aliyuddin Abdul Rasyid, LC,MA NIP. 196506282003021001

Mengetahui,

DEKAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara

Dr.Andri Soemitra, MA

NIP. 19760572006041002

KATA PENGANTAR

Assalamu ‘alaikum. Wr.Wb.

Segala puji bagi Allah SWT Tuhan Semesta Alam yang telah menciptakan bumi dan segala sesuatu yang ada didalamnya sehingga kita dapat menikmati segala Rahmat dan Kekayaan alam yang di berikan kepada kita umat manusia. Dan tidak lupa pula Shalawat serta Salam kita Pujikan kepada Nabi besar kita Muhammad SAW yang telah membawa kita dari Alam kegelapan menuju alam yang terang benderang ini.

Skripsi minor ini berjudul ”**STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP MEDAN RINGROAD**“ merupakan hasil penelitian penulis selama melaksanakan penelitian selama satu bulan dalam rangka melengkapkan tugas –tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan program DIPLOMA III Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negri Sumatera.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan moral dan motivasi serta bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar –besarnya kepada:

1. Orang tua tercinta yaitu **Ayahanda Suasana Tarigan** dan **Alm. Ibunda GOLEK Br Ginting**, serta seluruh keluarga yang telah melimpahkan kasih sayangnya dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Minor ini .
2. Bapak Dr. Andhi Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UINSU.
3. Bapak Zuhrinal M. Nawawi, MA selaku ketua jurusan D-III Perbankan Syariahd, Ibu Rahmi Syahriza dan seluruh pihak yang bersangkutan didalam Jurusan D-III Perbankan Syariah .
4. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Pembimbing Skripsi Minor saya yang telah memberikan masukkan dan arahan –arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Minor ini.
5. Ibu Asniari Siregar, selaku Branch Manajer PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Ringroad yang memberi bimbingan dan izin kepada penulis dalam melaksanakan Praktik Kerja (Magang).
6. Seluruh staf-staf pegawai di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Ringroad, yang telah bekerja sama dan memberikan ilmu tentang perbankan selama pelaksanaan Praktik Kerja (Magang) pada PT. Bank SYARIAH kcp Medan Ringroad.
7. Kepada seluruh teman–teman D III Perbankan Syariah Kelas D, saya mengucapkan terimakasih atas doa dan dukungan yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh pihak –pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu –persatu Terimakasih atas doa dan motivasinya. Semoga Allah melimpah kan rahmat dan hidayah –Nya kepada kita semua.

Dan semoga amal dan jasa baik yang telah diberikan kepada penulis dapat diterima oleh Allah SWT dengan pahala yang berlimpah. Dengan segala kelemahan, kekurangan dan kelebihannya yang ada skripsi minor ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca umunya. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai setiap langkah kita, amin.

Wassalamu ‘alaikum.Wr.Wb.

Medan, 29 Maret 2018

Pebi Resque Tarigan

NIM.54.15.3.075

IKHTISAR

Skripsi minor ini berjudul Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad. Rumusan Masalah dalam penelitian ini, bagaimana strategi yang di gunakan oleh BSM Kcp Medan Ringroad dalam menghimpun dana pihak ketiga dan apakah ada kendala atau hambatan-hambata BSM Kcp Medan Ringroad dalam menghimpun dana pihak ketiga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh Bsm Kcp Medan Ringroad dalam menghimpun dana serta apa saja hambatan–hambatan yang dialami oleh BSM Kcp Medan Ringroad dalam menghimpun dana pihak ketiga, penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Penelitian ini bersifat deskriftif dengan data tersebut dari hasil wawancara dengan Marketing bagian Tabungan Masyarakat. Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad bekerja sama dengan lembaga–lembaga atau institusi. Adapun strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad dengan brosur–brosu/iklan–iklan yang menarik dan agamis, website, diadakannya ceramah keagamaan/pengajian secara rutin kepada masyarakat, memberikan persentase ke sekolah-sekolah, dan penjualan pribadi oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad. Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Penghimpun Dana Pihak ketiga adalah: Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Distribusi. Serta kendala kendala yang dihadapi antara lain; Kurangnya ketertarikan masyarakat dalam menabung, Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran Kurangnya jaringan dalam memasarkan produk.

DAFTAR ISI

Halaman

Lembar Persetujuan i

Lembar Pengesahan..... ii

Lembar Pernyataan iii

Lembar Persembahan iv

Ihktisar..... v

Kata Pengantar vi

Daftar Isi ix

BAB 1: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Perumusan Masalah 3

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 4

E. Metode Penelitian 5

F. Sistematika Pembahasan 6

BAB II : LANDASAN TEORITIS

A. Perbankan Syariah 8

1. Pengertian dan Bentuk Usaha Bank Syriah 8
2. Sejarah Perbankan Syariah 14
3. Produk –Produk Perbankan Syariah 17

B. Strategi Penghimpunan Dana 25
1. Strategi 25
a. Pengertian Strategi 25
b. Bentuk –Bentuk Strategi 27
c. Manfaat Manajemen Stretegi 30
2. Penghimpunan Dana Bank syariah 30
a. Prinsip Penghimpunan Dana Bank Syariah 30
b. Produk –Produk Penghimpunan Dana Bank Syariah 32

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAN

A. Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Mandiri 36
B. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri 38
C. Produk Dana Dan Jasa PT. Bank Syariah Mandiri 40
D. Struktur Organisasi dan Pembagian Kerja 54

BAB IV: TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad dalam penghimpunan dana pihak ketiga 65

B. Hambatan –Hambatan dalam penghimpunan dana pihak ketiga pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad 75

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan 78

B. Saran 79

DAFTAR PUSTAKA 80

RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN –LAMPI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri perbankan merupakan industri yang mengalami perkembangan yang cukup pesat, baik dari sisi volume usaha, mobilisasi dana masyarakat maupun pemberian kredit. Dengan semakin banyaknya jumlah bank dan lembaga keuangan bukan bank membuat persaingan dalam menarik minat masyarakat untuk menyimpan uangnya di bank semakin ketat. Hal tersebut mempengaruhi pola dan strategi manajemen perusahaan perbankan untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan dan memperoleh sumber-sumber dana baru.[1]

Dalam mencari sumber-sumber dana pihak ketiga bank harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti kemudahan untuk memperolehnya, jangka waktu, sumber dana serta biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh dana tersebut. Tidak sedikit pula lembaga keuangan yang mengalami kebangkrutan karena kalah bersaing dengan lembaga keuangan lain dalam mencari nasabah, salah satunya Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Tripanca di Lampung yang mengalami kebangkrutan karena jumlah dana yang disalurkan untuk kredit lebih besar dari pada dana yang dihimpun dari masyarakat, hal ini disebabkan strategi dan pola manajmen dalam menarik minat masyarakat untuk

[1] Khotibul Umar, *Perbankan Syariah ,Cet.1*(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h.23-25.

menyimpan uang di BPR tersebut tidak berhasil atau gagal karena masyarakat lebih tertarik dengan lembaga keuangan yang menawarkan produk-produk bank yang lebih menarik.[2]

Pentingnya sumber dana dari masyarakat luas merupakan sumber dana yang paling utama bagi bank. Dana yang berhasil dihimpun oleh bank justru akan menjadi beban apabila dibiarkan begitu saja tanpa ada alokasi untuk tujuan yang produktif. Dalam penghimpunan dana Bank Umum Syariah melakukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang adil. Sumber dana bank syariah berasal dari modal disetor dan hasil mobilisasi kegiatan penghimpunan dana melalui rekening giro, rekening tabungan, dan deposito.

Dalam proses transisi ini, perbankan syariah diharapkan dapat fokus pada program strategi dalam menghimpun dana yang mendorong pada pemerataan ekonomi, seperti mengarahkan pembiayaan perbankan syariah pada sektor ekonomi produktip dan masyarakat yang lebih luas untuk menyimpan dananya di bank syariah. Kemudian mengembangkan produk yang lebih memenuhi kebutuhan masyarakat dan sektor produktif, meningkatkan edukasi dan komunikasi produk perbankan syariah.

Diperlukan strategi yang baik untuk mencapai tujuan, khususnya perbankan syariah saat ini, membutuhkan strategi dalam meng penghimpunan dana masyarakat. Menurut Henry Mintzberg, strategi adalah rencana suatu petunjuk,

[2]Syafi'i Antoni, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek(*Jakarta: Gema Insani 2001), h.153-154.

suatu tuntutan atau tindakan yang dilakukan, sesuatu yang memberi arah bagi tindakan–tindakan di masa depan.

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam pertumbuhan perbankan syariah dan kaitanya dengan hambatan dalam penghimpunan dana salah satunya adalah permasalahan keterjangkauan jaringan yang masih rendah dan belum merata di seluruh propinsi di indonesia.

Hal ini menyebabkan nasabah kesulitan dalam menggunakan produk-produk perbankan sysriah khususnya dalam produk–produk penghimpun dana sehingga penghimpun dana terlambat.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh bank akan memberikan peningkatan dalam penghimpunan dana pihak ketiga, seperti sosialisasi produk-produk syariah ke masyarakat awam yang belum mengetahui sistem perbankan.[3]

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merasa tertarik untuk menyusun skripsi yang berjudul ”**STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA PIHAK KETIGA PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP MEDAN RINGROAD” .**

B. Perumusan Masalah

1. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penulis lebih terarah. fokus dan tidak menyimpang dari sasaran pokok pembahasan. Penulis membatasi pembahasan skripsi minor ini pada strategi yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad dalam penghimpunan dana pihak ketiga.

[3]Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2008), h.66-68.

2. Rumusan Masalah

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

a. Bagaimana strategi dalam penghimpunan dana pihak ketiga ?
b. Produk–Produk apa saja yang ditawarkan dalam penghimpunan dana pihak ketiga ?
c. Apakah Hambatan–Hambatan dalam menghimpun dana pihak ketiga?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada perumusan masalah seperti yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi dalam penghimpunan dana pihak ketiga.
2. Untuk mengetahui produk-produk apa saja yang ditawarkan dalam penghimpunan dana pihak ketiga.
3. Untuk Mengetahui apa saja hambatan–hambatan yang dihadapi dalam menghimpun dana Pihak Ketiga.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian, baik manfaat langsung maupun manfaat tidak langsung yang dapat diambil dari penulisan skripsi minor ini adalah:

1. Bagi perusahan: Diharapkan hasil penelitian ini berguna sebagai masukan dan rekomendasi agar kelak perusahaan dapat maju dan dapat mengembangkan produk–produk pembiayaan yang lebih variatif.

2. Bagi penulis: Sebagai bahan masukan dalam menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya di bidang perbankan syariah.
3. Bagi pembaca atau pihak lainny : Dapat menjadi refrensi untuk penelitian – penelitian selanjutnya.
4. Bagi masyarakat umum: Diharapkan dapat membantu masyarakat dalam menentukan nama–nama produk pembiayaan syariah yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini berusaha untuk mendiskripsikan strategi dalam penghimpunan dana pihak ketiga yang ada Pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad.

1. Jenis Data

Data penelitian ini berdasarkan sumber pengambilan datanya penulis menggunakan 2 jenis data yang diantaranya:

a. Data Primer, dalam penelitian in data primer diperoleh langsung dari Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad yakni dari hasil wawancara dengan Relation Manager Funding dan karyawan lainnya.
b. Data sekunder, disini berupa struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad, strategi dalam penghimpun dana pihak ketiga.

2. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data yaitu:

a. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan pihak–pihak terkait yaitu karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Medan Ringroad dengan maksud untuk mendapatkan informasi dan melengkapi data yang diperoleh melalui observasi.

b. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung dalam kegiatan strategi dan hambatan dalam penghimpunan dana pihak ketiga pada Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pokok-pokok uraian yang akan dibahas dalam skripsi secara terinci yang disusun menjadi bagian–bagian yang saling berkaitan.

1. Bab I Pendahuluan

Pada ban ini penulis menguraikan latar belakang permasalahan, pembatasan dan rumusan masalah, tujuan dari manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

2. Bab II Landasan Teori

Pada bab ini penulis menguraikan tentang sejarah perbankan syariah, kegiatan bank umum, sumber–sumber dana bank, prinsip penghimpun dana,

produk–produk penghimpun dana, pengertian strategi, bentuk–bentuk strategi, manfaat manajemen strategi, produk–produk penghimpun dana masyarakat.

3. Bab III Gambaran Umum Perusahan

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai sejarah, visi dan misi, struktur organisasi dan manajemen, serta jenis produk-produk pada PT Bank Syariah Mnadiri KCP Medan Ringroad.

4. Bab IV Temuan dan Pembahasan

Bab ini penulis menguraikan hasil penelitian mengenai strategi dan hambatan dalam menghimpun dana pihak ketiga di Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

6. Daftar Pustaka

Pada bagian ini akan dilampirkan sumber–sumber berupa buku maupun situs internet yang dijadikan bahan rujukan dalam skripsi.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

1. Perbankan Syariah

A. Pengertian Perbankan Syariah

Menurut UU No. 21 Tahun 2008, perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya.[4]Bank Syariah merupakan bank yang dalam sistem oprasionalnya tidak menggunakan sistem bunga, akan tetepi menggunakan prinsip dasar sesuai dengan syariah Islam. Dalam menentukan imbalanya, baik imbalan yang diberikan maupun yang diterima. Bank Syariah tidak menggunak sistem bunga, akan tetapi menggunakan konsep imbalan sesuai dengan akad yang diperjanjikan.[5]

Menuru Kazarian, bank syariah berbeda dengan bank tradisional dilihat dari segi pasrtisifasinya yang aktip di dalam proses pengembangan sosial-ekonomi dari negara–negara islam.Tujuan utama dari perbankan syariah bukan bukan untuk memaksimumkan keuntunganya sebagaimana halnya dengan sistem perbankan yang berdasarkan bunga, tetapi lebih

[4]Adrian Sutendi, *Hukum Perbankan,Cet 5 (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 16.*
[5]Ismail, *Perbankan Syariah*,Cet.3 (Jakarta : Kencana, 2014), h. 34.

kepada memberikan keuntungan– keuntungan sosio dan ekonomi bagi orang–orang muslim.[6]

B. Kegiatan Usaha Bank Syariah

Selain fungsi dan tujuan perbankan syariah dan perbankan konvensional yang pada dasarnya sama, begitu juga dengan kegiatan usaha bank syariah pada dasarnya juga sama dengan bank konvensional, yaitu meliputi bidang pengumpulan dana *(Liabilities*), penyaluran dana *(asset)*, berupa pembiayaan, dan jasa–jasa perbankan lainnya *(service).* Namun, jasa-jasa pembiayaan yang dapat diberikan oleh bank konvensional.[7] Untuk mengetahui kegiatan usaha bank bank Syariah ada 3 yaitu, sebagai berikut:

1. Kegiatan Usaha Bank Umum Syariah (BUS)

   BanK Umum Syariah dapat melakukan kegiatan usaha, yaitu sebagai berikut:

   a. Menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadi'ah atau akad akad lain yang tidak bertentengan dengan prinsip syariah. Yang dimaksud dengan akad wadi'ah adalah penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dan pihak yang diberi kepercayaan dengan tujuan untuk

[6]Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, *Cet 1(* Jakarta: Kencana, 2004), h. 32.
[7]Wangsa Widjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 34.

menjaga keselamatan, keamanan, serta keuntungan barang atau uang.

b. Menghimpun dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan, atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad mudarabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Yang dimaksud dengan akad mudarabah dalam menghimpun dana adalah akad kerja sama antara pihak pertama (malik, sahib al-mal, atau nasabah) sebagai pemilik dana dan pihak kedua (amil, mudharib, atau bank syariah) yang bertindak sebagai pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad.

c. Menyalurkan pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad mudarabah, akad musharakah, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Yang dimaksud "akad murabahah" dalam pembiayaan adalah akad kerja sama suatu usaha antara pihak pertama (malik, sahib al-mal, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (amil, mudarib, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank

syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai, atau menyalahi perjanjian.

d. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad murabahah, akad salam, akad istisna, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
e. Menyalurkan pembiayaan berdasarkan akad qard atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Yang dimaksud akad Qard adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya pada waktu yang telah di sepakati.
f. Menyalurkan pembiayaan penyewaan barang bergerak atau tidak bergeraka kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
g. Menerima pembayaran surat berharga berdasarkan prinsip syariah yang di terbitkan oleh pemerintah atau Bank Indonesia.
h. Melakukan penitipan untuk kepentingan pihak lain berdasarkan suatu akad yang berdasarkan prinsip syariah. Menyediakan tempat untuk menyimpan barang dan surat berharga berdasarkan prinsip syariah.[8]

2. Kegiatan Usaha Unit Usaha Syariah (UUS)

[8]Ibid., h.48-50.

Kegiatan usaha UUS sebagaimana diatur dalam pasal 19 ayat (2) UU perbankan syariah pada dasarnya sama dengan kegiatan usaha Bank Umum Syariah sebagaimana tersebut di atas diatur dalam pasal 19 ayat (1) UU Perbankan Syariah. Namun, dalam pasal 19 ayat (2) tidak mengatur kegiatan UUS berupa penitipan untuk kepentingan pihak ketiga dan melakukan funsi sebagai wali amanat.

Selain melakukan kegiatan usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (2), UUS dapat pula melakukan kegiatan lainnya diantaranya:

a. Kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah.
b. Kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.
c. Kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya.
d. Kegiatan atau produk bank yang berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sarana elektronik.
e. Kegiatan menerbitkan, menawarkan, dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan prinsip syariah baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang.
f. Menyediakaan produk atau melakukan kegiatan usaha bank umum syariah lainnya yang berdasarkan prinsip syariah.

Kegiatan-kegiatan Bank Umum Syariah dan UUS sebagaimana diuraikan di atas wajib memenuhi ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia dan ketentuan peraturan perundang-undangan lain yang terkait.

3. Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyt Syariah (BPRS)

BPRS Dapat melakukan kegiatan-kegiatan usaha sebagai berikut.

a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk:
    1) Simpanan berupa tabungan atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
    2) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
b. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:
    1) Pembiayan bagi hasil berdasarkan akad mudarabah atau musharakah.
    2) Pembiayaan berdasarkan akad murabahah, salam, atau istishna.
    3) Pembiayaan berdasarkan akad qard.
    4) Pembiayaan penyewa barang yang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah berdasarkan akad ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik.

5) Pengambilalihan utang berdasarkan akad hawalah

c. Menetapkan dana pada bank syariah lain dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadi'ah atau investasi berdasarkan akad mudarabah dan akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

d. Memindahkan uang, baik untuk kepentingan sendiri maupun untuk kepentingan nasabah melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang ada di Bank Syariah, Bank Umum Konvensional, dan UUS.

e. Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank syariah yang sesuai dengan prinsip syariah berdasarkan prsetujuan Bank Indonesia.[9]

2. Sejarah Perbankan Syariah

Dalam perkembngan sejarah perbankan mencatat asal mula dikenalnya kegiatan perbankan terjadi pada zaman kerajaan di daratan Eropa. Kegiatan oprasional perbankan menjadi tempat penitipan uang atau yang disebut sekarang ini kegiatan simpanan. Berikutnya kegiatan perbankan bertambah lagi dengan kegiatan peminjaman uang. Uang yang dititipkan masyarakat ke

[9]Hidayat Rahmat, *Efisiensi Perbankan Syariah Teori dan prakti* (Bekasi: Gramata Publishing, 2014), h.51-54.

bank dalam bentuk simpanan oleh perbankan dipinjamkan kembali ke masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pinjaman.

Pada Mei 1974 dalam sidang para Mentri Keuangan negara–negara anggota OKI, yaitu dengan didirikanya Bank Pembangunan Islam atau *islamic Development Bank* dengan modal awal 2 miliar dinar, Sementara pada tahun 1997 berdiri pula dua bank swasta bebas bunga dengan nama *Faysal Islamic Bank of Egypt dan Faysal Islamic Bnk Of Sudan*, pada tahun 1977, pemerintah kuwait juga turut serta mengembangkan perbankan islam mendirikan *Kuwait Finance House.* Tahun 1983, Malaysia mendirikan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) merupakan bank syariah pertama di Asia. Berkembangnya bank–bank syariah di negaranegara islam berpengaruh ke Indonesia pada awal 1980-an, diskusi mengenai bank syariah sebagai pilar.[10]

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagai mana diketahui, krisis ekonomi dan, moneter sejak juli 1997, yang disusul dengan krisis multi dimensi termasuk di panggug politik nasional, yang telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondidsi tersebut, Industri perbankan nasional yang didominasi oleh

[10]Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek, Cet. 1*(Jakarta: Gema Insani 2001), h.25-26.

bank–bank konvensional mengalami krisis yang luar biasa pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank–bank di Indonesia.[11]

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

Melalui surat keputusan Deputi Gunbernur Senior Bank Indonesia No .Selanjutnya melalui surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP.DGS/1999.BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 november 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan prinsip–prinsip syariah inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.[12]

[11]Khotibul Uman, *Perbankan Syariah Dasar–Dasar dan Dinamika Perkembanganya di Indonesia*, *cet.1* (Jakarta: Gema Insani 2016), h. 20-23.

[12]Ibid, hlm., h. 24-26.

Perkembangan berikutnya adalah mulai meningkatnya minat bank-bank konvensional barat untuk membuka layanan syariah melalui *islamic window*. Dengan demikian, setelah melihat keunggulan dari sistem perbankan islam dan besarnya prospek pengembangan perbankan islam, mereka mulai menyediakan jasa keuangan syariah. Tercatat pada tahun 2005, *Deutsche Bank, HSBC, Citigroup dan BNP paribas* mendirikan unit layanan syaariah. Lebih lanjut tahun 2006 ini dikatakan sebagai tahun yang bagus bagi setiap orang bekerja menurut ketentuan syariah atau hukum islam, yaitu dengan memanfaatkan produk-produk dari bank syariah.[13]

3. Produk–Produk Perbankan Syariah

A. Produk Perbankaan Syariah Di Bidang Penghimpunan Dana Masyarakat

1. Giro

Sebagaimana yang telah disebutkan di bahwa giro adalah simpanan pada bank yang penarikanya dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan direkening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan.

[13]Nurul Huda, *Lembaga Keuangan Islam:Tinjauan Teoritis dan Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 24-25.

Dalam undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah ada dua macam, yaitu bisa berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah) atau berdasarkan prinsip titipan (wadiah). Dengan demikian, dalam perbankaan syariah dikenal adanya produk berupa Giro Wadiah dan Giro Mudharabah. Walaupun demikian dalam praktiknya prinsip wadiah yang paling banyak dipakai, mengingat motivasi utama nasabah memilih produk giro adalah untuk kemudahan dalam lalulintas pembayaran, bukan untuk mendapatkan keuntungan.

2. Tabungan

Dalam pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikanya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan, cek, bilyet giro dan/atau alat-alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dengan demikian, secara singkat dapat dikatakan bahwa dalam perbankan syariah memiliki dua macam produk tabungan, yaitu tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Perbedaan utama dengan tabungan diperbankan konvensional adalah tidak dikenalnya suku bunga tertentu yang diperjanjikan. Yang ada

adalah nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan mudharabah dan bonus pada tabungan wadiah.[14]

3. Deposito (*Time Deposit)*

Deposito merupakan produk dari bank yang memang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam bentuk surat-surat berharga, sehingga dalam perbankan syariah akan memakai prinsip mudharabah. Berbeda dengan konvensional yang memberikan imbalan berupa bunga bagi nasabah deposan, maka dalam perbankan syariah imbalan yang diberikan kepada nasabah deposan adalah bagi hasil *(profit sharing*) sebesar nisbah yang telah disepakati di awal akad.

Bank dan nasabah masing-masing mendapatkan keuntungan. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relatif lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikan yang panjang. Sehingga bank akan lebih leluasa melempar dana tersebut untuk kegiatan yang produktif. Sedangkan nasabah akan mendapatkan keuntungan berupa bagi hasil yang besarnya sesuai dengan nisbah yang telah disepakatidi awal perjanjian.[15]

B. Produk Perbankan Syariah Di Bidang Penyaluran Dana.

1. Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Berdasarkan Akad Jual Beli

---

Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 88-95.

[15]Ibid.

Implementasi akad jual beli merupakan salah satu cara yang ditempuh bank dalam rangka menyalurkan dana kepada masyarakat. Produk dari bank yang didasarkan pada akad jual beli terdiri dari murabahah, salam, dan isthna. Antara salam dan istishna hampir sama, yaitu jual beli dengan cara memesan terlebih dahulu. perbedaanantara salam dan istishna terletak pada cara pembayaran harga beli dan objeknya yang diperualbelikan. Dalam salam pihak pembeli harus membayar terlebih dahulu secara tunai dimuka *(advance payment)* dan objeknya biasanya berupa produk-produk hasil pertanian, sedangkan pada istishna terserah dari pihak pemesan mau membayar harga beli di muka secara tunai, secara angsuran, ataupun membayar.

Pada saat barang pesanan sudah jadi, kemudian yang menjadi objek dari istishna biasanya berupa barang *furniture.* Diantara ketiga hal tersebut, murabahah-lah yang paling banyak digunakan dalam praktik perbankan syariah di indonesia. Murabah bisa diimplementasikan untuk memenuhi kebutuhan barang modal ataupun barang konsumsi yang dibutuhkan nasabah.

2. Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Berdasarkan Akad Sewa-Menyewa

Salah satu produk penyaluran dana dari bank syariah kepada nasabah adalah pembiayaan yang berdasarkan perjanjian/akad sewa-menyewa (ijarah). Ijarah adalah transaksi sewa menyewa atas suatu

barang dan atau upah mengupah atau suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Ijarah juga dapat diinterprestasikan sebagai suatu akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan *(ownership/milkiyyah)* atas barang itu sendiri.

3. Produk Pembiayaan Perbankan Berdasarkanka Akad Bagi Hasil

   Bentuk penyaluran dan ayang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam perbankan islam dapat dilakukan berdasarkan akad bagi hasil. Secara umum akad bagi hasil dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu *mudharabah* dan *musyarakah*, termasuk didalamnya sebenarnya terdapat jenis *muzaraah* dan *musaqah* walaupun jarang digunakan oleh bank syariah, khususnya di Indonesia.[16]

   a. Pembiayaan Mudharabah

      Pembiayaan berdasarkan akad *mudharabah* sebagai salah satu produk penyaluran dana juga mendapatkan dasar hukum dalam PBI No.9/19/PBBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan PBI No.10/16/PBI/2008. Pasal 3 PBI Dimaksud

[16]Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-Produk Dan Aspek Hukumnya* (Jakarta: Kencana, 2014), h. 175-177.

menyebutkan antara lain pemenuhan prinsip syariah sebagaimana dimaksud, dilakukan melalui kegiatan penyaluran dana berupa pembiayaan dengan mempergunakan antara lain *mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, istishna, ijarah muntahiyah bittamlik dan qard.*

b. Pembiayaan Musyarakah

Pembiayaaan berdasarkan akad musyarakah sebagai salah satu produk penyaluran dana juga mendapatkan dasar hukum dalam PBI No.9/9/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpuna dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan PBI No.10/16/PBI/2008. Pasal 3 PBI dimaksud menyebutkan antara lain pemenuhan prinsip syariah sebagaimana dimaksud, dilakukan melalui kegiatan penyaluran dana berupa pembiayaan dengan mempergunakan antara lain akad mudharabah, musyarakah, murabahah, salam, istishna, ijarah, ijarah muntahiyah bittamlik dan Qard.[17]

4. Produk Pembiayaan Perbankan Syariah Berdasarkan Akad Pinjam-Meminjam Nirbunga.

Salah satu produk perbankan syariah dengan akad pinjam-meminjam adalah Qard. Qard adalah pemberian harta kepada orang

[17]ibid

lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam fikih klasik, al-Qard dikategorikan dalam akad *taawuniah*, yaitu akad yang berdasarkan prinsip tolong-menolong. Qard termasuk produk pembiayaan yang disediakan oleh bank dengan ketentuan bank tidak boleh mengambil keuntungan berapa pun darinya dan hanya diberikan pada saat keadaan *emergency*.

C. Produk Perbankan Syariah Di Bidang Jasa

Produk perbankan Syariah di bidang jasa ini merupakan salah satu sektor pendapatan yang saat ini dikembangkan oleh bank-bank syariah. Berbagai produk baru dikeluarkan oleh bank dengan terlebih dahulu pihak bank meminta fatwa dari DSN. Pengeluaran produk baru sebagaimana dimaksud juga memerlukan izin dari Bank Indonesia sebagai pemegang otoritas perbankan. Produk perbankan syariah di bidang jasa didasarkan pada akad-akad yang sudah dikenal dalam islam antara lain:

a. Hiwalah

Hiwalah adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam istilah islam merupakan pemindahan beban utang dari *muhil (*orang yang berutang) menjadi tanggung muhal‘alaih atau orang yang berkewajiban membayar utang.

Hiwalah dibedakan memjadi beberapa jenis yaitu:

1. Hiwalah mutlaqah, yaitu seseorang memindahkan utangnya kepada orang lain dan tidak mengaitkan dengan utang yang ada pada orang itu.
2. Hiwalah muqayyadah, yaitu memindahkan utang dan mengaitkan dengan piutang yang ada padanya.[18]

b. Kafalah

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggug. Dalam pengertian ini kafalah berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berperang pada tanggung jawab yang dijamin dengan berperang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

c. Wakalah

Wakalah merupakakan suatu perjanjian di mana seseorang mendelegasikan atau menyerahkan suatu wewenang (kekuasaan) kepada seseorang yang lain untuk menyelenggarakan sesuatu urusan dan orang lain tersebut menerimanya, dan melaksanakanya untuk dan atas nama pemberi kuasa. Dalam *fikih* berdasarkan ruang lingkupnya wakalah dibedakan menjadi tiga macam yaitu:

[18]Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANA, 200), h. 77-79.

1. Wakalah mutlaqah, yaitu mewakilkan secara mutlak, tanpa batasan waktu dan untuk segala urusan.
2. Wakalah al muqayyadah, yaitu penunjukan wakil untuk bertindak atas namanya dalam urusan-urusan tertentu.
3. Wakalah al ammah,yaitu perwakilan yang lebih luas dari al-muqayyadah tetapi lebih sederhana dalam urusan-urusan tertentu.

d. Gadai (Rahn) Jaminan Utang

Rahn adalah menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan syariah sebagai, sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utangnya semuanya atau sebagian. Dengan kata lain, rahn adalah akad berupa menggadaikan barang dari satu pihak kepada pihak lain, dengan utang sebagai gantinya. [19]

e. Sharf

Sharf adalah perjanjian jual beli suatu valuta dengan valuta lainnya. Transaksi jual beli mata uang asing (valuta asing), dapat dilakukan baik dengan sesama mata uang yang sejenis, maupun yang tidak sejenis. Akad sharf dipraktikkan oleh bank syariah dalam produk jasa berupa tukar-menukar mata uang asing dengan mendasarkan pada kurs jual dan kurs beli suau mata uang.[20]

[19]ibid

[20]Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 179.

B. Strategi Penghimpunan Dana Bank Syariah

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata yunani strategos, yang berarti jendral. Oleh karena itu kata strategi secara harifah berarti "seni dan jendral". Kata ini mengacu pada apa yang merupakan perhatian utama manajemen puncak organisasi. Secara khusus, strategi adalah penempatan misi perusahan, penempatan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Strategi adalah rencana yang menyeluruh dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Bagi perusahan, strategi diperlukan tidak hanya untuk memproleh profit, tetapi juga untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahan dimasa yang akan datang.

Penyusun strategi adalah individu yang paling bertanggung jawab atas kesuksesan atau kegagalan organisasi. Para penyusun strategi membantu organisasi mengumpulkan, menganalisis dan mengorganisasikan informasi. Mereka melacak tren, industri dan kompetensi, mengembangkan model perkiraaan dan analisis skenario, mengevaluasi kinerja korporasi dan divisi menemukan peluang pasar yang baru, mengidentifikasi ancaman bisnis, dan mengembangkan rencana

pelaksanaan yang kreatif. Perencanaan strategi biasanya memainkan peran sebagai konsultan atau penyumbang saran.[21]

Kesimpulanya, perusahaan secara umum harus berusaha mendefinisikan dan mengidentifikasikan keunggulan khusus yang dimilikinya dan tidak harus menciptakan keunggulan khusus tersebut. Bukanlah tidak mungkin suatu perusahaan dapat membuat suatu keunggulan khusus namun kesuksesan yang sebenarnya akan dapat dirasakan oleh perusahaan dengan mengeksploitasi keunggulan khusus yang telah dimiliki oleh perusahaan.[22]

b. Bentuk–Bentuk Strategi

1. Strategi Pemasaran

Philip Kolter mendefinisikan pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.[23]

Pada dasarnya pengertian konsep pemasaran mempunyai persaman dengan konsep pemasaran bank. Konsep pemasaran (produksi) berorientasi pada kebutuhan konsumen, sedangkan konsep pemasaran berorintasi pada konsumen (nasabah).

---

[21]Ticoalu dan Agus Dhanma, *Kebijakan dan Strategi Manajemen, Cet. II* (Jakarta: Erlangga, 1997), h. 18-19.

[22]Ichsan Setiyo budi, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 11-12.

[23]Philip Kotler dan Amstrong, *Dasar–Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1995), penerjemah Wilhelmus W. Bakowantum, Editor Heru Sutojo, Ed. 6, h.7.

Dalam syariah marketing, perusahan tidak hanya berorintasi pada keuntungan semata, namun turut pula berorientasi pada tujuan lainnya yaitu keberkahan. Perpaduan konsep keuntungan dan keberkahan ini melahirkan konsep masalah yaitu suatu suatu perusahan syariah akan berorientasi pada masalah yang optimal. Konsep keberkahan bagi sebagian pihak merupakan konsep yang abstrak karena secara keilmuan tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, namun inilah salah satu konsep inti pada syariah marketing yang menjadi landasan pada suatu perusahaan berorientasi syariah.[24]

Konsep pemasaran bank mengandung arti:

1) Mempunyai falsafah yang mantap dan bertanggung jawab.
2) Berorientasi pada nasabah di suatu pihak.
3) Menguntungkan perusahan di lain pihak.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk:

1) Memaksimalkan konsumsi.
2) Memaksimalkan keputusan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
3) Memaksimalkan pilihan (ragam produk).

[24]M.Nur rianto AL Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.11-12.

4) Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.[25]

2. Strategi Promosi

Strategi promosi adalah rsuatu rencana untuk penggunaan yang optimal atau sejumlah elemen–elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan promosi penjualan. Para menager pemasaran menentukan tujuan dan strategi promosi penjualan dari sudut tujuan keseluruhan perusahaan bagi bauran pemasaran: produk, tempat (distribusi), promosi dan harga.

Adapun promosi yang diselenggarakan oleh bank,bertujuan untuk:

a. Menyampaikan informasi (*Informing*).
b. Membujuk nasabah sasaran *(Persuanding*) .dan
c. Mengingatkan (*Reminding*).

Ada empat macam–macam promosi yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*). Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

[25]Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank, Ed, ke-5*, Cet, 1(Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 45-56.

2. Periklanan (*Advertising*). Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya.
3. Publisitas *(Publicity*). Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.
4. Penjualan pribadi (*Personal Selling*).Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank.

c. Manfaat Manajemen Strategi

David menyebut Sekurang–kurangnya lima manfaat manajemen strategi yaitu:

Manajemen strategi melatih setiap orang dan organisasi untuk berpikir secara antisipatif proaktip.

Proses penyusunan manajemen strategi mendorong terjadinya 1) komunikasi yang sangat dibutuhkan dalam organisasi.

2) mendorong lahirnya komitmen manajerial.
3) proses tersebut melahirkan pemberdayaan staf.

4) organisasi yang menerapkan manajemen strategi, menunjukkan kinerja finansial yang lebih baik.[26]

2. Penghimpunan Dana Bank Syariah

a. Prinsip Penghimpunan Dana Bank Syariah

Prinsip penghimpunan dana Bank Syariah hampir sama dengan perbankan konvensional, artinya dalam sistem perbankan syariah dikenal produk-produk berupa giro (*demand deposit*), tabungan (*saving deposit),* deposito (*time deposit)* sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat. Perbedaannya adalah bahwa dalam sistem perbankan syariah tidak dikenal adanya bunga sebagai kontraprestasi terhadap nasabah deposan, melainkan melalui mekanisme bagi hasil dan bonus yang bergantung pada jenis produk apa yang dipilih oleh nasabah.[27]

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional prinsip penghimpunan dana yang digunakan dalam bank syariah ada dua yaitu prinsip wadiah dan prinsip mudharabah.

1) Prinsip Wadiah

Prinsip Wadiah dalam perbankan syariah dapat diterapkan pada kegiatan penghimpunan dana berupa giro dan tabungan. Di

[26]Hendrawan Supratikno, *Advanced StrategicManagement* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama , 2003), h.12-16.

[27]Khotibul Uman dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 81.

Indonesia, hampir semua Bank Syariah menerapkan prinsip wadiah pada tabungan giro. Giro wadiah adalah titipan pihak ketiga pada bank syariah yang penarikanya dapat dilakukan kapan saja dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

2) Prinsip Mudharabah

Penghimpunan dana dengan prinsip mudharabah, dapat dibagi atas dua yaitu dengan skema muthlaqah dan skema muqayyadah. Dalam penghimpunan dana dengan prinsip mudharabah muthalaqah, kedudukan Bank Syariah adalah sebagai mudharaib (pihak yang mengelola dana) sedangakan penabung atau (deposan) adalah pemilik dana (shahibul maal) dalam prinsip ini nasabah yang menyimpan dananya di bank syariah tidak memberikan pembatasan bagi bank syariah dalam menggunakan atau mengelola dana yang disimpannya. Hasil usaha yang diperoleh bank selanjutnya dibagi antara bank dengan nasabah pemilik dana sesuai dengan porsi nisbah yang disepakati dimuka.

Sedangkan penghimpunan dana dengan prinsip mudharabah muqayyadah, nasaba yang menyimpan dananya di bank syariah memberikan batasan-batasan tertentu kepada bank syariah dalam menggunakan dana yang disimpan tersebut. Pada prinsip ini, nasabah memberikan satu atau beberapa batasan seperti usaha apa yang harus

dibiayai, akad yang digunakan atau kepada kepada nasabah yang mana dan lain-lain.[28]

b. Produk–Produk Penghimpun Dana Bank Syariah

Dalam sistem perbanka kegiata penghimpunan dana dari masyarakat dilakukan melalui mekanisme giro (demand deposit), tabungan (*saving deposit*) dan deposito (*time deposit*). Tujuan utama masyarakat menyimpan uang di bank adalah keamanan atas uang, investasi dengan harapan memperoleh keuntungan, serta memudahkan transaksi pembayaran.[29]Adapun produk-produk penghimpun dana bank Syariah adalah:

1. Giro

Sebagaimana yang telah disebutkan di bahwa giro adalah simpanan pada bank yang penarikanya dapat dilakukan setiap saat, artinya adalah bahwa uang yang disimpan direkening giro dapat diambil setiap waktu setelah memenuhi berbagai persyaratan yang ditetapkan.

Dalam undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah ada dua macam, yaitu bisa berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah) atau berdasarkan prinsip titipan (wadiah). Dengan demikian, dalam perbankaan syariah dikenal adanya produk berupa

[28]Rizal Yaya dkk., *Akutansi Perbankan Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 95-98.
[29]Kasmir, Dasar-Dasar Perbankan (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 3.

Giro Wadiah dan Giro Mudharabah. Walaupun demikian dalam praktiknya prinsip wadiah yang paling banyak dipakai, mengingat motivasi utama nasabah memilih produk giro adalah untuk kemudahan dalam lalulintas pembayaran, bukan untuk mendapatkan keuntungan.

2. Tabungan

Dalam pasal 1 angka 21 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyebutkan bahwa tabungan adalah simpanan berdasarkan akad wadiah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikanya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan, cek, bilyet giro dan/atau alat-alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dengan demikian, secara singkat dapat dikatakan bahwa dalam perbankan syariah memiliki dua macam produk tabungan, yaitu tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Perbedaan utama dengan tabungan diperbankan konvensional adalah tidak dikenalnya suku bunga tertentu yang diperjanjikan. Yang ada adalah nisbah atau persentase bagi hasil pada tabungan mudharabah dan bonus pada tabungan wadiah.[30]

[30]Khotibul Umam dan Setiawan Budi Utomo, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 88-95.

3. Deposito (*Time Deposit)*

Deposito merupakan produk dari bank yang memang ditujukan untuk kepentingan investasi dalam bentuk surat-surat berharga, sehingga dalam perbankan syariah akan memakai prinsip mudharabah. Berbeda dengan konvensional yang memberikan imbalan berupa bunga bagi nasabah deposan, maka dalam perbankan syariah imbalan yang diberikan kepada nasabah deposan adalah bagi hasil *(profit sharing*) sebesar nisbah yang telah disepakati di awal akad.

Bank dan nasabah masing-masing mendapatkan keuntungan. Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relatif lebih lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikan yang panjang. Sehingga bank akan lebih leluasa melempar dana tersebut untuk kegiatan yang produktif.sedangkan nasabah akan mendapatkan keuntungan berupa bagi hasil yang besarnya sesuai dengan nisbah yang telah disepakatidi awal perjanjian.[31]

[31]Sutan Reny Sjahdeni, *Perbankan Islam dan Kedudukanya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesi*(Jakarta: PT Pustaka Utama Grafika, 2005), h. 87.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Mandiri

PT Bank Syariah Mandiri pada awal berdirinya bernama PT Bank Susila Bakti (BSB). Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 menimbulkan berbagai dampak negatif yang sangat kuat terhadap semua jenis kehidupan, termasuk industri perbankan nasional yang di domminasi oleh Bank Konvensional. Industri ini mengalami krisis yang yang luar biasa. Akhirnya, pemerintah mengambil langkah merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagian bank–bank yang ada di negara Indonesia. Salah satu bank konvensional yang juga terkenak dampak krisis ini adalah Pt Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan kesejahteraan pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara (DDN) dan PT Mahkota Prestasi.

Untuk keluar dari krisis, BSB melakukan marger dengan beberapa bank lainya dan mengundang investor asing. Di saat yang sama pemerintah juga melakukan merger atau (penggabungan) empat Bank yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo. Pengabunggan ini melahirkan sebuah bank bernama PT. Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 juli 1999. Merger ini juga menetapkan dan menempatkan PT. Bank Mandiri sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai respon dari keputusan merger, Bank Mandiri berkonsolidasi dan membentuk Tim pengembangan Perbankan Syariah dengan tujuan mengembangkan layanan Perbankan Syariah dikelompok perusahaan Bank Mandiri. Selain itu, juga sebagai tindak lanjut diberlakukannya UU No.10 Tahun 1998 yang memberikan peluang kepada Bank Umum untuk melayani transaksi syariah .

Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri

1. Visi Dan Misi Bank Syariah Mandiri

Menjadi bank syariah terdepan dan moderen

Misi

a) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.
b) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

2. Logo Bank Syariah Mandiri

Logo baru Bank Syariah Mandiri tetap di ambil dari pemilik saham terbesar perusahaan tersebut yakni PT Bank Syariah Mandiri. Logo baru Bank Syariah Mandiri (tanpa kata bank) sejalan dengan kebijaksanaan bank indonesia kedepan yang mengijinkan bank untuk menjual produk –produk

non bank seperti rexsa dana, bank insuranci, dan lain–lain, serta sejalan dengan rencana pemilik saham saham Bank Syariah Mandiri yakni PT Bank Mandiri, yang berencana memiliki anak perusahaan non bank.

Bentuk logo Bank Syariah Mandiri dengan hurup kecil melambangkan sikap ramah dan rendah hati terhadap semua sekmen bisnis yang dimasuki, menunjukkan keinginaan yang besar untuk melayani dengan rendah hati *(custumer fokus).* Warna hurup hijau tua melambangkan kesuburaan, pengembangan dan pertumbuhan sekaligus melambangkan nilai–nilai agama. Warna hijau tua ini juga melambangkan warisan luhur, meminpin, serius (*respet*), tahn uji (*reliable),* dasar pondasi yang kuat berhubungan dengan kesetiaan, hal yang dapat di percaya, kehormatan yang tinggi *(Trust,Integrty)* serta sebagai simbol dari spesialis *(propesionalis*).

Gelombang emas cair sebagai simbol dari kekayaan finasial di Asia Lengkungan emas sebagai metamorposa dari sifat adil, progresif, pandangan kedepan (*excelent),* fleksibilitas serta ketangguhan atas segala kemungkinaan yang akan datang

B. Produk Dana dan Jasa PT Bank Syariah

1. Tabungan BSM

   Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetoranya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di kantor BSM atau melalui ATM.

2. BSM Tabungan Mabrur

   Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh.

3. BSM Tabungan Investa Cendika

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

4. BSM Tabungan Berencana

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

5. BSM Tabungan Simpatik

   Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yng penarikanya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat –syarat yang disepakati.

6. BSM Deposito

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

7. BSM Giro

   Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah.

8. BSM Card

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

9. BSM Mobile Banking GPRS

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

   a. tertentu.
   b. Atas investasi tersebut, investor memperoleh return dari pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada pelaksana usah tertentu tersebut.
   c. Dana investasi terkait dibukukan secara *on the balance sheet* sisi liabilities bank. Sedangkan penyaluran Dana investai terkait kepada pelaksana usaha tertentu dibukukan secara *on teh balance sheet* di sisi asset bank.

C. BSM *Customer Network Financing*

   Pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekanan yang telah menjalin kerjasama dengan BSM.

   Manfaat:

   a. Mendapatkan dukungan financial untuk usaha nasabah.
   b. Meningkatkan profesionalisme nasabah.

Karakteristik:

a. Diberikan kepada nasabah yang telah direkomendasikan oleh rekanan untuk pembelian persediaan dari rekanan dan nasabah tersebut layak menurut penilaian BSM untuk dibiayai.
b. Kriteria minimum nasabah yang dapat dibiayai ditentukan oleh BSM berdasarkan standar ukuran resiko yang telah ditetapkan BSM dan konsultasi dengan rekan.
c. Nasabah harus membeli barang persediaan dari rekanan.
d. Penentuan plafon ditetapkan oleh BSM dapat mempertimbangkan proyeksi penjualan rekanan dan kuota rekanan kepada nasabah

D. BSM Gadai Emas

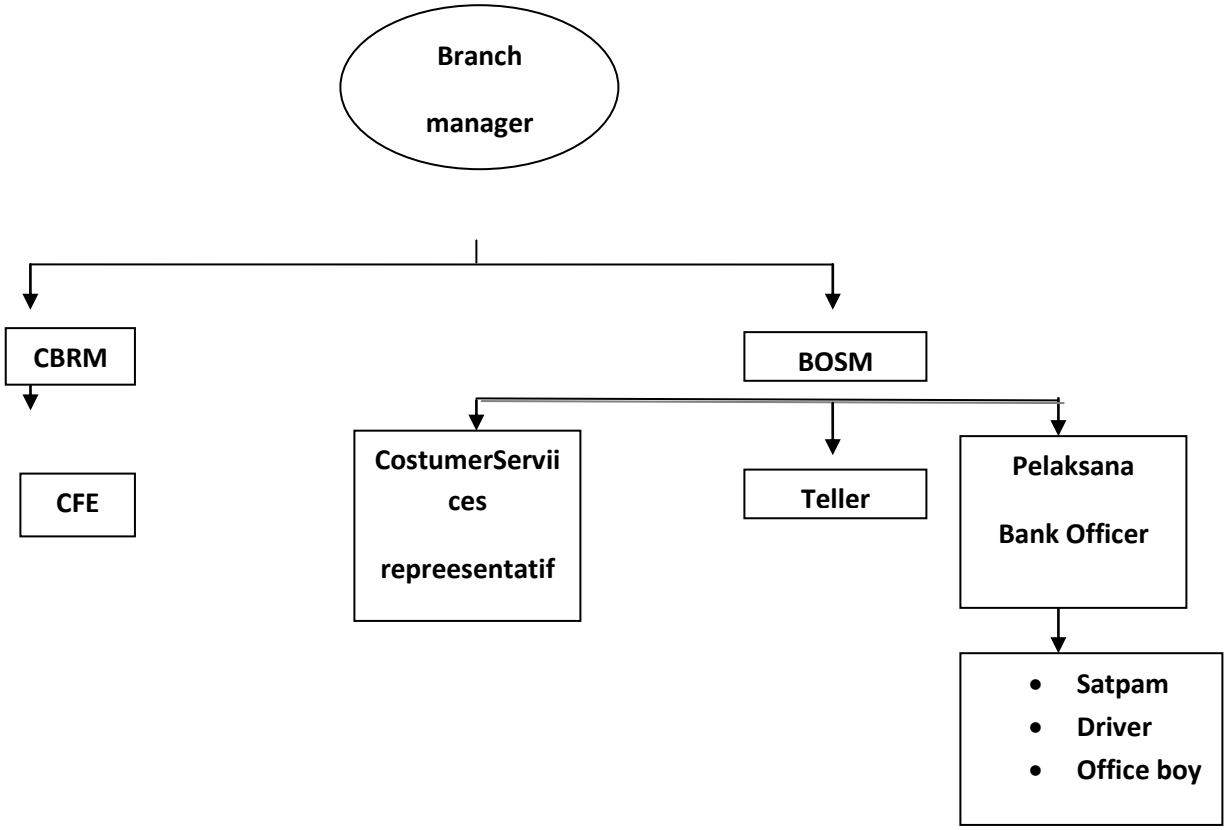
Gadai emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat .

Manfaat:

a. Proses cepat.
b. Proses mudah.
c. Jaminan keamanan.

D. **Struktur Organisasi dan Pembagian Kerja**

1. Struktur Organisasi Perusahaan



2. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

Pada dasarnya tugas pimpinan cabang membawahi semua bagian yang ada dan bertanggung jawab atas segala kegiatan yang menyangkut perkembangan dan kelangsungan hidup bank yang terpenting adalah menetapkan kebijakan-kebijakan dan mengambil keputusan–keputusan demi kemajuan PT. Bank Syariah Mandiri.

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Ringrod Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga

Banyaknya persaingan di dalam dunia perbankan, membuat Bank Syariah Mandiri Medan Ringroad harus lebih inovatif menciptakan produk-produk yang dapat membantu masyarakat. Oleh karena itu, sebagai lembaga perekonomian yang prinsip–prinsip oprasionalnya mengacu pada prinsip syariah Islam, Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad harus mempunyai strategi ya[32]ng dapat menarik minat nasabah untuk bertransaksi.

Secara umum strategi dapat didefinisikan sebagai salah satu seni. Walaupun diadakan suatu analisis peralatan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi, tetapi proses perumusan strategi tetap lebih banyak didominasi oleh pemikiran institusi, perasaan, propersi, dan pendapat individu.

Pada lembaga keuangan seperti Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Ringroad, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa lainnya. Sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank.

[32] Setyo Sudrajat, Manajemen Jasa Bank: Bank Marketing 11, (Jakarta: Info BANK, 1994), h. 17.

Adapaun langkah yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Ringroad dalam memasarkan produk–produknya simpanannya sebagai berikut.

1. Strategi Pemasaran

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk jasa atau bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Ringroad dalam memasarkan produk-produk simpananya.

a. Tabungan

1. Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetoranya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di kantor BSM atau melalui ATM. Tabungan ini memiliki berbagai manfaat antara lain, aman dan terjamin, online di seluruh outlet BSM, bagi hasil yang kompetitip, Fasilitas BSM Card yang berfunsi sebagai kartu Atm dan Debit, serta kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

2. BSM Tabungan Mabrur

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh. Serta memiliki manfaat

lainnya antara lain aman dan terjamin, fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji, dan online dengan SISKOHAT Depertemen Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

3. BSM Tabungan Investa Cendika

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

4. BSM Tabungan Berencana

   Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan. Serta memiliki berbagai manfaat antara lain: Bagi hasil yang kompetitif, kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang, perlindungan asuransi secara otomatis tanpa pemeriksan kesehatan dan jaminan pencapaian target dana.

5. BSM Tabungan Simpatik

   Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikanya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat–syarat yang disepakati. Serta memiliki manfaat lainnya seperti bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM, Fasilitas

BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM dan debit, serta penyaluran zakat, infaq dan sedekah lebih mudah.

b. BSM Deposito

Investa berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah, serta memiliki manfaat lainya antar lain, Dana aman dan taerjamin, pengelola dana secara syariah, bagi hasil yang kompetitif, dapat dijadikan jaminan pembiayaan serta Fasilitas *Automatic Roll Over* (ARO).

c. BSM Giro

Saran penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudian transaksi dengan pengelolaan berdasarka prinsip wadiah yad dhamanah. Serta memiliki manfaat kemudahan lainnya, Dana aman dan tersedia setiap saat, kemudahantransaksi dengan menggunakan cek atau B/G, Fasilitas pengiriman account statement setiap awal bulan, bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.[33]

Bank Syariah Mandiri Cabang medan Ringroad bekerja sama dengan lembaga–lembaga atau intusi, seperti Rumah sakit, Kampus-

[33] Wawancara dengan Customer Service Bank, Neny Widiati pada tanggal 15 Februari 2018.

kampus untuk pembayaran uang kuliah dan sekolah-sekolah untuk para guru dan lainya.

Jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Medan Ringroad:

Dana pihak ketiga	Nasabah
Tabungan	2764 nasabah
Deposito	54 nasabah
Giro	40 nasabah

2. Strategi Promosi

Suatu produk yang bermanfaat akan tetapi tidak akan dikenal oleh konsumen, maka produk, tersebut tidak diketahui manfaatnya dan mungkin tidak dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, perusahan harus berusaha mempengaruhi konsumen agar daya beli terhadap suatu produk perusahaan tersebut di beli oleh konsumen. Adapun strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Ringroad dalam mempromosikan produk-produknya adalah sebagai berikut:

a) Dengan menggunakan brosur-brosur/iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui bahwa adanya lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah

Mandiri cabang pembantu Medan Ringroad dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk-produk penghimpun dana. Periklanaan menjalankan menjalankan tiga fungsi yaitu sebagai fungsi Informasi, persuasif dan sebagai pengingat. Sebagai informasi mengkomunikasikan informasi produk, ciri-ciri dan lokasi penjualanya. Sebagai persuasif yang mencoba membujuk para konsumen untuk membeli merek–merek tertentu atau mengubah sikap mereka terhamdab produk atau perusahaan tertentu. Sebagai pengingat yang terus mengingatkan konsumen tentang sebuah produk sehingga mereka tetap membeli produk yang diiklankan. Media iklan seperti: televisi, radio, koran, majalah dan lainnya. Karena Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Medan Ringroad merupakan lembaga keuangan syariah yang segmentasi pada umumnya masyarakat kecil dengan kondisi ekonomi menengah kebawah dan menaungi semua masyarakat untuk menabung. Pihak bank juga memberikan brosur-brosur produk tabungannya ke seluruh masyarakat umum.

b) Website, dengan website informasi tentang Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad dapat diketahui masyarakat luas, sehingga produk dan jasa layanan khususnya produk-produk penghimpun dana pada Bank Syariah Mandiri Kcp Medan

Ringroad yang dapat diketahui masyarakat secara luas. Website Bank Syariah Mandiri dapat di akses melalui www.Banksyariahmandiri.ci.id.

c) Memberikan Persentase ke sekolah-sekola, lembaga-lembaga, institusi, pengaj ian,organisasi, kampus yang berada di daerah kantor Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad. Sehingga tercipta *relationship* antara pihak bank dan mitranya maupun masyarakat sekitarnya. Dengan adanya persentase tersebut, khususnya murid-murid dan mahasiswa mengetahui sistem perbankan, umumnya guru–guru dan masyarakat umum juga mengenal sistem perbankan menjalin kerja sama antara pihak bank dan pihak sekolah.

d) Publisitas, dengan kedatangan pihak Bank ketempat acara nasabah seperti ceramah keagamaan secara rutin kepada masyarakat yang diadakan setiap kamis dan jumat, yang dilaksanakan pada masjid-masjid yang berada disekitar lingkungan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad memberikan sosialisasi produk-produk perbankan syariah, dengan dilakukanya kegiatan ini Masyarakat akan mengetahui produk dan jasa layanan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad sehingga akan menjadi sumber informasi kepada masyarakat. Karena pada umumnya juga yang hadir pada

kegiatan tersebut merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad.

e) Penjualan pribadi, dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat Bank. Secara khusus personal selling dilakukan oleh petugas *customer service* dan *service* assistensi. Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik, karena sekalipun pelayanan yang diberikan sudah maksimal, terkadang masih saja nasabah tidak puas, sehingga pada akhirnya malah beralih ke Bank lainnya. Pegawai Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad juga mempromosikan produk–produk Bank Syariah Mandiri ke saudara, tetangga maupun kerabat terdekat.

Strategi–Strategi di atas sangat efektif dalam menghimpun dana pihak ketiga, dengan terus meningkatkan strategi yang telah ada, maka dana pihak ketiga akan terus bertambah, aset yang dimiliki oleh bank juga akan bertambah. Selanjutnya dalam strategi untuk mencapai sasaran ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap strategi penghimpun dana pihak ketiga di antaranya

1) Strategi Produk

Poduk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi, artinya produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yanga lebih baik dibandingkan dengan produk bank pesaing.

Penerapan strategi pemasaran berbagai produk simpanan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad adalah mengedepankan mutu dari setiap produk simpananya, sehingga kebutuhan pasar tepat pada sasaranya. Dan produk–produk simpanan dilakukan dengan syarat yang mudah dengan akad wadiah dan mudharabah, yaitu dengan timbal balik jasa berupa bagi hasil untuk mudharabah dan bonus untuk wadiah yang kompetitip sesuai dengan syariat islam.

2) Strategi Harga

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan *marketing mix*. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Sistem bagi hasil adalah suatu sistm yang meliputi tata cara bagi hasil usaha untuk para penyedia dana dan pengelola dana maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Sistem bagi Hasil tersebut perlu dikomunikasikan

secara intensif guna menumbuhkan pemahaman yang mendalam mengenai sistem oprasional Bank Tersebut.

Dalam penetapan harga dalam hal ini biaya administrasi yang ditetapkan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad tidak memberatkan masyarakat dalam menjadi mitra Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad.

3. Strategi Distribusi

Distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke mitra pada waktu yang tepat. Oleh karena itu, kebijakan distribusi merupakan salah satu kebijakan pemasaran terpadu yang mencakup penentuan saluran pemasaran *(marketing channels)* dan distribusi fisik (*physical distribution*). Kedua faktor ini mempunyai hubungan yang sangat erat dalam keberhasilan penyaluran dan sekaligus keberhasilan pemasaran produk perusahaan. Efektivitas penggunaan saluran distribusi diperlukan untuk menjamin tersedianya produk di setiap mata rantai saluran tersebut. Mengenai strategi distribusi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad adalah dengan mendatangi para mitra masyarakat, dalam hal ini pihak Bank menerapkan sistem jemput bola. Pihak marketing akan datang ke tempat nasabah yang ingin menabung di Bank Syariah Mandiri, atau pihak marketing akan memberikan bantuan jika ada nasabah yang ingin menabung.

Tabungan simpatik adalah produk unggulan dari Bank Syariah Mandiri, hampir setiap nasabah merasa tertarik dari tabungan tersebut, tabungan yang memiliki banyak fungsi, untuk jangka waktu pendek dan waktu jangka panjang dapat memberikan keuntungan oleh pihak Bank dengan nisbah bagi hasil 85% untuk Bank dan 15% untuk nasabah.

Dari strategi–strategi di atas suatu perncanaan akan lebih efektif, jika perencanan tersebut direncanakan dimulai dari sekarang. Perencanaan yang baik jika kita menabung dimulai dari dini, Dengan menabung di Bank Syariah berarti kita sendiri sudah menjelaskan perencanaan yang baik.[34]

B. Hambatan–Hambatan Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad

Hambatan–hambatan yang dihadapi dalam menghimpun dana pihak ketiga adalah:

1. Kurangnya ketertarikan masyarakat dalam menabung, hal ini menjadi kendala umum yang biasa terjadi pada masyarakat. Dan hal ini dirasakan pihak Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad yang menghambat lakunya pemasaran produk–produk simpananya.

[34] Wawancara Dengan Petugas Marketing Bank, Muhamad Fikri pada tanggal 19 Februari 2018.

2. Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini terkendala pada jumlah tenaga di lapangan dalam mempromosikan produkdan juga target yang harus diperoleh setiap bulanya adalah 1,2 Milyar rupiah. Target tersebut tidak setiap bulanya tercapai, kadang tercapai kadang tidak, hal ini merupakan kendala intern dalam Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringrod. Kendala di bidang sumber daya manusia dalam perbankan syariah harus memiliki pengetahuan yang luas di bidang perbankan, memahami implementasi prinsip-prinsip syariah dalam praktik perbankan, serta mempunyai komitmen yang kuat untuk menerapkan secara konsisten. Perlu adanya sosialisasi kepada masyarakat umum khususnya pada masyarakat yang berada dalam ruang lingkup daerah pemasaran Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad. Hal ini dibutuhkan agar masyarakat dapat lebih memahami tentang keuntungan apa saja yang dapat diperoleh apabila menabung di Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad.
3. Kurangnya jaringan kantor Bank Syariah. Hal ini dipengaruhi oleh dominasi bank konvensional, Hal ini mempengaruhi minat masyarakat dalam pemasaran produk dan jasa yang notabenenya masyarakat lebih cendrung ke bank konvensional. Pengembangan jaringan kantor bank syariah diperlukan dalam rangka perluasan jangkauan pelayanan kepada masyarakat. Disamping itu, kurangnya jumlah Bank Syariah yang ada juga menghambat perkembangan kerja sama antar bank dalam hal

memenuhi likuiditas. Sebagai suatu usaha badan usaha, bank syariah perlu beroperasi dengan skala yang ekonomis, karenanya jumlah jaringan kantor bank yang luas juga akan meningkatkan efisiensi usaha. Berkembangnya jaringan Bank Syariah diharapkan agar dapat meningkatkan kompetisi agar mampu bersaing dengan Bank Konvesional lainnya.

4. Kurangnya pengetahuan, pemahaman produk dan pelayanan perbankan syariah. Pengetahuan tentang perbankan syariah masih belum diketahui oleh masyarakat umum, dikarenakan masyarakat masih menganggap bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional masyarakat umum belum mengetahui sistem perbankan khususnya perbankan syariah ,mereka masih kurang mempercayai untuk menabung di bank syariah.[35]

Wawancara Dengan BO Bank, Andika Fauzi pada tanggal 19 Februari 2018.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada akhir pembahasan tentang ”Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad“ dapat disimpulkan sebagai sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran produk-produk simpanan pada Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad, yaitu:
   a. Pertama: menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan mitra,
   b. kedua: strategi yang dilakukan adalah strategi penjemputan atau jemput bola, dengan memberikan fasilitas penjemputan oleh para marketing Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad, artinya para mitra yang umumnya pedagang dapat menabung di tempat.
2. Adapun strategi promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad adalah dengan.
   a. brosur-brosur, iklan-iklan yang menarik dan agamis, website, diadakannya ceramah keagamaan/pengajian secara rutin kepada masyarakat,
   b. memberikan persentase ke sekolah-sekolah, dan penjualan pribadi oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad.

Faktor–faktor yang mempengaruhi Strategi Penghimpun Dana Pihak ketiga adalah: Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Distribusi.

3. Hambatan-Hambatan dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga adalah:
    a) Kurangnya ketertarikan masyarakat dalam menabung, hal ini menjadi kendala umum yang bisa terjadi pada masyarakat.
    b) Kurangnya sumber daya manusia yang melaksanakan kegiatan pemasaran. Dalam hal ini terkendala pada jumlah tenaga di lapangan dalam mempromosikan produk.
    c) Kurangnya jaringan dalam memasarkan produk. Hal ini dipengaruhi oleh dominasi bank konvensional maupun bank syariah yang beroperasi disekitar Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad.
    d) Kurangnya Pengetahuan, pemahaman tentang produk dan pelayanan perbankan syariah, Pengetahuan tentang perbankan syariah masih belum diketahui oleh masyarakat umum.

B. Saran

Adapun saran yang penulis sampaikan sehubung dengan penelitian pada Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad adalah mengantisipasi persaingan Bank yang lainnya dalam merebut minat nasabah, maka diharapkan bagi Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Ringroad untuk lebih meningkatkan kembali kinerjanya dalam memasarkan, mengembangkan produk-produk yang sudah ada, menambah tenaga kerja yang terampil dalam bidangnya. Sebaiknya mengadakan pengajian rutin, ceramah–ceramah keagamaan ke mesjid–mesjid, pengajian keagamaan tersebut bisa dijadikan

salah satu media informasi yang sangat penting agar masyarakat sekitar lebih mengenal produk–produk Perbankan Syariah.

Sebulan penulis melakukan penelitian di Bank Syariah penulis ingin memberikan masukkan kepada bank dalam hal peningkatan dana pihak ketiga yaitu, Dengan cara meluncurkan program tabungan berhadiah untuk mendorong minat masyarakat dalam menabung serta mendorong masyarakat untuk meningkatkan sisi jumlah akun dan saldo tabungan.

DAFTAR PUSTAKA

Al Arif M, Nur Rianto. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Alma, Bukhori. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabetha , 2002 .

Budi, Ichsan Setiyo. *Manajemen Starategi.* Jakarta: Salaeba Emapat, 2006.

Herrry, Djaslim. *Dasar*–Dasar Pemasaran Bank. Bandung: Linda Karya, 2006.

Hidayat, Rahmat. *Efisiensi Perbankan Syariah Teori dan Praktik*. Bekasi: Gramata Publishing, 2014.

Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.

Emie, Kurniawan. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana, 2010.

Siamat, Dahlan. *Manajemen Lembaga Keuangan*. Jakarta: LPFE, 2005.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ke-empat. Jakarta: Depertemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, 2008.

Arifin, Zainul. *Dasa –Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: ALYA Bet, 2002.

Muhammad. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakrta: UPPAMPYKPN, 2005.

Syafi ‘i, Antonio. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Pres, 2001.

Supratikno, Hendrawan . *Advanced Strategic Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama , 2003.

Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Liberty ,2002 .

Sukristono. *Perencanaan Strategi Bank*. Jakarta: PT Dhasa Warma, 1992.

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, 2000.

Syahdeni Sutan, Remy. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana,2014.

Sutedi, Andrian. *Hukum Perbankan*. Jakarta: Sinar Grafika, 2016.

www.mandirisyariah.co.id

TENTANG PENULIS

Penulis dilahirkan di Desa Sukanalu Teran pada tanggal 28 Februari 1997, putri dari pasangan suami istri, Suasana Tarigan dan Alm. Golek Br Ginting.

Penulis menyelesaikan pendidikan tingkat SD di SD Negeri 043950 Sigarang-Garang pada tahun 2009, tingkat SLTP di SMP Negri 1 Naman Teran pada tahun 2012, dan tingkat SLTA Di Madarasah Aliyah Negri Kabanjahe pada tahun 2015, kemudian kulih di program D-III Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan mulai tahun 2015.

Medan , 09 April 2018

Penulis

PEBI RESQUE TARIGAN