STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN WADIAH DI TENGAH PANDEMI COVID 19 PADA BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) CURUP

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Perbankan Syari'ah

OLEH :

MEGARIA SUSANTI

NIM. 17631064

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH & EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) CURUP

2021

Hal : **Pengajuan Skripsi**

Kepada

Yth. Bapak Rektor IAIN Curup

Di

Curup

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat skripsi saudari **MEGARIA SUSANTI** yang berjudul **"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamlat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup"** sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan kami ajukan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I	**Pembimbing II**
Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM	**Khairul Umam Khadhori, M.E.I**
NIP : 197502192006041008	**NIP : 199007252018011001**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Jl. Dr. AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 kode pos 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup. Email: fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 672 /In.34/FS/PP.00.9/08/2021

Nama	:	**Megaria Susanti**
Nim	:	**17631064**
Fakultas	:	**Syariah Dan Ekonomi Islam**
Prodi	:	**Perbankan Syariah**
Judul	:	**Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di Tengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat KCP Curup**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/ Tanggal	:	**Kamis, 12 Agustus 2021**
Pukul	:	**13.00 – 14.30 WIB.**
Tempat	:	**Ruang 3 Gedung Munaqasah Fakultas Syariah IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

Curup, Agustus 2021

Ketua,	**Sekretaris,**
Lendrawati, S.Ag.,S.Pd., MA	**Ratih Komala Dewi, S.Si.,MM**
NIDN. 2007037703	**NIP. 19900725 201801 1 001**
Penguji I,	**Penguji II,**
Hendrianto, M.A	**Fitmawati, M.E**
	NIDN.2024038902

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dr. Yusefri, M. Ag.
NIP. 19700202 199803 1 007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Megaria Susanti
NIM	: 17631064
Fakultas	: Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi	: Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam nasabah ini dan disebutkan dalam referensi.

Dan apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenernya ini saya buat dengan sebernya, semoga dapat dipergunakaan seperlunya.

Curup, 19 Juli 2021

Megaria Susanti
NIM. 17631064

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah dengan rasa syukur kehadiran Allah Swt. Berkat rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup"** Skripsi ini penulis susun sebagai tugas akhir untuk meraih gelar (S1) Jurusan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Curup.

Shalawat dan salam tak henti-hentinya semoga selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad Saw, keluarga, sahabat, beserta para pengikut-pengikutnya yang senantiasa merindukan Syafa'at di Yaumil akhir nanti.

Pada kesempatan ini penulis menghanturkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Rahmad Hidayat, M. Ag., M. Pd selaku Rektor IAIN Curup.
2. Bapak Dr. Yusefri, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah sekaligus pembimbing II yang telah banyak membantu memberikan saran dan pengetahuan mengenai peneliatian ini.
4. Bapak Dr. Muhammad Istan, SE., M.Pd., MM selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam sekaligus pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan, saran dan pengetahuan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak M. Sholihin, S.E.I, M.S.I selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti.

6. Untuk keluarga besara Ma'had Al-Jami'ah IAIN Curup, Ustadz Dr. Yusefri M. Ag., Umi Sri Wihidayati, M. H.I Ustadz Budi Birahmat, Umi Fitra Hayani, S. E. I, Ustadz Agusten beserta ibunda yang selalu memberikan motivasi dan selalu membimbing yang senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

7. Terkhusus Bapak Adittya Dian Eko selaku Pimpinan Bank Muamalat KCP Curup yang telah memperkenankan penulis melakukan penelitian dan telah memberikan informasi yang penulis perlukan.

8. Ibu Indah Eka Yulida dan mbak Depi selaku Customer Service yang telah bersedia penulis wawancarai dalam penelitian, telah terbuka menerima dan memeberikan informasi yang penulis perlukan.

9. Seluruh Dosen-Dosen Prodi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama ini sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah tepat waktu.

10. Dan seluruh teman-teman seperjuangan Prodi Perbankan Syariah dan teman-teman asrama Mahad Al Jamiah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan motivasinya.

Demikian ucapan terima kasih dari penulis, semoga sumbangan pemikiran ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semoga Allah SWT selalu memberikan kekuatan dan ketetapan hati untuk bertaqwa dan bersujud kepada-Nya. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pihak-pihak yang berkepentingan.

Curup, 19 Juli 2021

Penulis

MEGARIA SUSANTI
NIM. 17631064

MOTTO

Memulai dengan penuh keyakinan, menjalankan dengan penuh keikhlasan, menyelesaikan dengan penuh kebahagian.

Apapun yang terjadi, teruslah melangkah dan tetap semangat. Percayalah, semua akan baik-baik saja jika kau melibatkan ALLAH dalam urusanmu.

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah…..Ya Allah atas kebahagian hari ini.....

Terimakasih atas nikmat dan rahmat-Mu yang agung ini, sebuah perjalanan panjang dan telah Kau berikan cahaya terang. Meskipun hari esok penuh teka-teki yang aku sendiri belum tahu pasti jawabnya.

Dengan izin Allah swt Skripsi ini dapat selesai dan akan ku persembahkan kepada:

Ayahanda (MUNAWAR) tercinta…..
Kau kirim aku kekuatan lewat doa disetiap sholatmu, kau jadikan setiap tetes keringatmu sebagai semangat cita-citaku, hari-harimu penuh tantangan dan pengorbanan, tak kau hiraukan terik matahari membakar kulitmu, tak kau pedulikan hujan deras mengguyur tubuhmu dan tak ada lelah demi menbahagiankanku untuk meraih masa depan yang cerah.

Ibunda (WIWIN ZULIDA) tersayang….
Kau yang selalu menasehatiku yang selalu mendoakanku dan memberikan kasih sayang dengan tulus kepadaku, yang selalu mendukungku agar terwujud harapan dan cita-cita menjadi kenyataan.

Adikku (NUURUL AZIZ) yang ku sayangi…..
Kau adikku satu-satu yang membuat ku selalu tersenyum dan tertawa. Selalu mebuat kecerian dalam hidupku.

Seraya mengucapkan rasa syukurku kepada Allah swt "Alhamdulillahirabbil'alamin"

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Oleh:
Megaria Susanti

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup melakukan strategi pemasaran produk tabungan *wadiah* ditengah pendemi covid 19, juga untuk mempelajari bagaimana pelaksanaannya serta faktor yang meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan wadiah ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun data primer merupakan hasil wawancara dan observasi terhadap subyek penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data yang bersumber dari bahan-bahan kepustakaan yang bersangkut paut dengan penelitian, seperti: buku, jurnal, dan internet.

Dari penelitian ini diketahui bahwa strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup ditengah pandemi covid 19 menggunakan bauran pemasaran *(marketing mix)* yang terdiri atas produk *(product),* promosi *(promotion),* tempat *(place),* orang *(people),* proses *(proses)*. Faktor yang meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 yaitu dengan adanya promosi yang paling dominan dan proses pelayanannya dan juga adanya aplikasi Muamalat DIN.

Kata kunci: *Strategi pemasaran, Produk tabungan wadiah, Covid 19*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI ..... **ii**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... ……. **iii**

KATA PENGANTAR ..... **iv**

MOTTO ..... **vii**

PERSEMBAHAN..... **viii**

ABSTRAK ..... **ix**

DAFTAR ISI..... **x**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Batasan Masalah 6
C. Rumusan Masalah..... 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 7
F. Definisi Operasional 8
G. Tinjauan Pustaka 9
H. Metode Penelitian 13
I. Sistematika Penulisan 16

BAB 11 LANDASAN TEORI **18**

A. Tinjauan Umum Strategi Pemasaran 18
B. Tinjauan Umum Tabungan 26
C. Tinjauan Umum Wadiah..... 35

BAB 111 GAMBARAN UMUM INSTANSI **41**

A. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia (BMI) 41
B. Sejarah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup..... 44
C. Keadaan Umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup 45
D. Visi Dan Misi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup 46
E. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup 46
F. Produk-Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup..... . 49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59
A. Hasil Penelitian 59
B. Pembahasan..... 66

BAB V PENUTUP 71
A. Kesimpulan 71
B. Saran 72

DAFTAR PUSTAKA ……. 74
LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Islam adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang beroperasi dan produknya dikembangakan berdasarkan Al-Quran dan Hadis Nabi SAW. Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasioanal yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum) islam. Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam.[1]

Setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatannya yaitu masalah kebutuhan dana. Hampir seratus persen perusahaan memerlukan dana untuk membiayai kegiatan usahanya, baik untuk biaya rutin maupun untuk keperluan perluasan usaha. Pentingya dana membuat setiap perusahaan berusaha keras untuk mencari sumber-sumber dana yang tersedia, termasuk perusahaan lembaga keuangan semacam bank. Sumber-sumber dana bank adalah usaha bank dalam memperoleh dana dalam rangka membiayai kegiatan operasional. Sesuai dengan fungsi bank sebagai lembaga keuangan dimana kegiatan sehari-harinya adalah bergerak di bidang keuangan, maka sumber-sumber dana juga tidak terlepas dari bidang keuangan. Untuk menompong kegiatan bank sebagai penjual uang (memberikan pinjaman), bank harus lebih dulu membeli uang (menghimpun

[1] Faqih Nabhan, *"Dasar-Dasar Akuntansi Bank Syariah"*, (Yogyakarta: Lumbung Ilmu, 2008), h. 54

dana) sehingga bank memperoleh keuntungan dari selisih pembagian hasil tersebut.[2]

Untuk memperoleh sumber dana dari masyarakat luas, bank dapat menawarkan berbagai jenis simpanan. Pembagian jenis simpanan kedalam beberapa jenis dimaksudkan agar para nasanah (penyimpan) mempunyai banyak pilihan sesuai dengan tujuan masing-masing. Tiap pilihan mempunyai pertimbangan tertentu dan adanya suatu pengharapan yang ingin diperolehnya. Pengharapan yang ingin diperoleh dapat berupa keuntungannya. Menabung di bank bukan saja menghindarkan dari resiko kehilangan atau kerusakan, akan tetapi juga memperoleh penghasilan dari bagi hasil yangdisepakati. Dengan demikian jumlah uang akan bertambah dari waktu ke waktu.[3]

Tabungan *wadiah* adalah produk pendanaan bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening tabungan untuk keamanan dan kemudahan pemakaiannya. Karakteristik tabungan *wadiah* ini juga mirip dengan tabungan pada bank konvensional ketika nasabah menyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank, seperti kartu ATM dan sebagainya tampa biaya. Seperti halnya pada giro *wadiah,* bank juga boleh menggunakan dana nasabah untuk tujuan mencari keuntungan dalam kegiatan yang berjangka pendek atau untuk memenuhi kebutuhan likuiditas bank, selama dana tersebut tidak ditarik.[4] Bank syariah menerapkan prinsip *wadiah yad amanah* dan *wadiah yad dhamanah* Terkait dengan produk tabungan *wadiah*, dalam pelaksanaannya perbankan

[2] Kasmir, *"Dasar-Dasar Perbankan",* (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 61
[3]*Ibid*., h. 65
[4]Muhamad Asor, *"Fiqih Perbankan"*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h. 115

syariah lebih menerapkan prinsip *wadiah yad dhamanah.* Tabungan *wadiah* yang menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah* memungkinkan bank dalam mengelola dana.[5]

Beberapa ketentuan umum tabungan *wadiah* sebagai berikut:

1. Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemilik harta.
2. Keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi milik atau tanggungan bank, sedangkan nasabah (penitip) tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian.
3. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah insetif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening.[6]

Dalam menawarkan produk tabungan *wadiah*, antara lembaga-lembaga keuangan syariah diperlukan adanya strategi dalam memasarkan masing-masing lembaga keuangan tersebut. Hal ini dilakukan agar produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh sebagian besar masyarakat. Disamping itu, strategi pemasaran yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian strategi pemasaran harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah

---

[5]Fiqih Nabhan, *"Dasar-Dasar Akuntansi Bank Syariah"*, (Yogyakarta: Lumbung Ilmu, 2008), h. 43

[6] Karim, *"Analisis Fiqih dan Keuangan"*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 297

tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar.[7]

Namun, adanya pandemi di Indonesia yang disebabkan oleh virus covid 19 yang mulai ditemukan di China, dan mulai masuk dijajaran kasus di Indonesia sejak pertengahan Maret 2020 menyebabkan pemerintah harus dipaksa mengambil langkah untuk menekan pertumbuhan virus corona yang sangat berpotensi untuk mengubah tatanan ekonomi Dunia yang ditandai dengan merubahnya peta perekonomian dunia. Wabah ini juga berpotensi untuk menjadikan berbagai usaha di dunia ini menjadi terhenti. Kinerja perekonomian global juga dipastikan akan sangat terganggu akibat dari lambatnya kinerja perindustrian. Ekonomi Indonesia pun mulai mengalami penurunan dikarenakan sudah banyak para pekerja yang sudah dirumahkan bahkan di PHK. Ditambah lagi dengan jalur distribusi yang juga kemungkinan besar terganggu, dampak negatif ini juga akan menerpa ekonomi Indonesia dalam beberapa waktu. Hal tersebut dilontarkan oleh Pusat Kajian Visi Teliti Saksama (VTS) melalui riset kajian yang berjudul *Limbung Roda Terpasak Coronan*.[8]

Tentu saja hal ini berakibat pada pemasaran produk-produk terutama produk tabungan *wadiah*, mengakibatkan jumlah nasabahpada produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup mengalami fluktuasi.

---

[7] Bayu Nugroho Agustian, "*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di BMT Fajar KCP Semuli Jaya"*, Tugas Akhir. (Semuli Jaya: Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakulitas Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam IAIN Metro, 1438 H/2017 M), h. 3

[8]Ahmad Hanif Fahruddin, *"Akademika",* Jurnal Studi Islam, Vol. 13 No. 2 (Lamongan: Fakulitas Agama Islam Universitas Islam, 2020), h. 60

Tabel 1.1

Perbandingan Jumlah Nasabah Produk Tabungan *Wadiah*

Sebelum covid		Dimasa covid	
Bulan/Tahun	Jumlah nasabah	Bulan/Tahun	Jumlah nasabah
September (2019)	26	Maret (2020)	25
Oktober (2019)	37	April (2020)	24
November (2019)	26	Mei (2020)	20
Desember (2019)	29	Juni (2020)	34
Januari (2020)	25	Juli (2020)	34
Februari (2020)	46	Agustus (2020)	50

Sumber : Data Jumlah Pembukaan Rekening *Wadiah* Periode Desember 2019 s/d Februari 2020 Bank Muamalat Cabang Curup.

Virus corona mengakibatkan perubahan tatanan perekonomian, mengakibatkan fluktuasi pada jumalah nasabah produk tabungan *wadiah*dan terhambatnya interaksi individu dengan individu lainnya. Sehubungan dengan yang telah diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadiah* Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup"**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan dapat dipahami dengan jelas, maka peneliti harus memberikan batasan masalah. Masalah penelitian ini difokuskan hanya pada pemasaran produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19. Dengan adanya batasan masalah ini maka penulis akan berfokus pada masalah yang akan dicari solusinya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?
2. Bagaimana pelaksanaan produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?
3. Apa faktor yang meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mempelajari strategi pemasaran produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

2. Untuk mempelajari pelaksanaan produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.
3. Untuk mengidentifikasi faktor yang meningkatkan jumalah nasabah produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari penulisan ini antara lain:

1. Secara Teoritis

   Secara teoritis, diharapkan pembahasan terhadap masalah-masalah yang akan dibahas melahirkan pengetahuan dan pemahaman yang baru mengenai bagaimana srategi pemasaran produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada perbankan syariah dan secara khusus diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan tentang produk tabungan *wadiah.*

2. Secara Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi proses belajar program sarjana (S1) IAIN Curup.

   b. Bagi Akademisi

      Sebagai bahan acuan atau referensi bagi pihak lain yang ingin mengembangkan penelitian yang sejenis pada masa yang akan datang.

F. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami dari judul penelitian ini, maka perlu ditegaskan arti dari masing-masing kata yaitu senagai berikut:

1. Strategi

   Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan jangka panjang.[9]

2. Pemasaran

   Pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi gagasan, barang, dan jasa dalam rangka memuaskan tujuan individu dan organisasi.[10]

3. Produk

   Produk menurut Kotler dan Amstrong adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

4. Tabungan

   Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.[11]

---

[9]Rahmi Yuliana, *"Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang"*, Jurnal Stie, Vol 5 No 2 (Semarang, 2013), h. 81

[10]R.Ajeng Entaresmen, *"Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat",* Jurnal Manajemen dan Pemasaran jasa, Vol. 9 No. 1 (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 2016), h. 62

[11] Kasmir, *Op. Cit.,* h. 84

5. *Al-Wadiah*

Al-Wadiah atau titipan merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila penitip menghendaki.[12]

6. Tabungan *Wadiah*

Tabungan *wadiah* adalah jenis simpanan dari nasabah yang memerlukan jasa penitipan dana dengan tingkat keleluasaan penarikan dana tertentu.[13]

7. Covid 19

Corona Virus Disease (COVID-19) adalah jenis virus baru yang menular pada manusia dan menyerang pada gangguan system pernapasan sampai berujung pada kematian.[14]

G. Tinjauan Pustaka

Sejauh pengamatan penulis, masalah ini belum pernah dibahas/dikaji oleh mahasiswa IAIN Curup. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadiah* Di Tengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Cabang Curup" yang akan diangkat untuk menjadi judul skripsi ini merupakan karya ilmiah pada Jurusan Syariah. Dalam tinjauan pustaka ini akan dibahas mengenai objek penelitian apa saja yang pernah membahas terkait strategi pemasaran tabungan *wadiah.*

---

[12] Muhamad Asor, *"Fiqih Perbankan"*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h. 67

[13] Faqih Nabhan, *"Dasar-Dasar Akuntansi Bank Syariah"*, (Yogyakarta: Lumbung Ilmu, 2008), h. 43

[14]Tarisa Novita Indana Zulva, *"Covid-19 Dan Kecenderungan Psikomatis",* Jurnal Pendidikan Keperawatan Indonesia, Vol. 6 No. 1 (Semarang: Fakulitas Psikologi Dan Kesehatan UIN Walisongo, 2020), h. 2

Dalam skripsi Syahriyatul Muharromah melakukan penelitian yang berjudul "Implemantasi Produk Tabungan *Wadiah* Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana ketentuan umum produk tabungan *wadiah,* jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif.[15] Bahwa tabungan wadiah merupakan tabungan yang bersifat titipan murni yang harus dijaga dan dikembangkan setiap saat sesuai dengan kehendak pemilik, keuntungan atau kerugian dari penyaluran dana atau pemanfaatan barang menjadi atau tanggungan bank, sedangkan nasabah penitip tidak dijanjikan imbalan dan tidak menanggung kerugian dan bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik barang titipan sebagai sebuah insetif selama tidak diperjanjikan dalam akad pebukaan rekening. Bahwa ketentuan umum dan pelaksanaan produk tabungan wadiah pada Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup sesuai dengan ketentuan Hukum Islam dan Fatwa DSN.[16]

Muhammad Ainur Rifqi melakukan penelitian dengan judul "Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan *Wadiah* Di Bank Syraiah Mandiri KCP Gubung Semarang" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum produk-produk tabungan *wadiah* yang ada di BSM KCP Gubung Semarang kemudian bagaimana strategi pemasaran dan perkembangan produk tabungana *wadiah* di BSM KCP Gubung Semarang perode 2012-1013. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu prosedur

---

[15]Syahriyatul Muharromah, "*Implementasi Produk Tabungan Wadi'ah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup"*, Skripsi. (Curup: Program Studi Perbankan Syariah Dan Ekonomi STAIN, 2014), h. 7

[16]Ibid, h. 7

penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah produk tabungan *wadiah* pada Bank Syariah Mandiri KCP Gubung Semarang ada tiga macam yaitu: Tabungan Simpatik BSM, TabunganKu, dan Giro BSM. Strategi-strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Gubung Semarang dalam pemasaran produk khususnya tabungan *wadiah* adalah dengan menggunakan sistem marketing mix dengan rincian: Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Proses, Layanan Komsumen.[17]

Skripsi Elisa Febriani yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadiah Yad Dhammanah Dengan Mudharabah Mutlagah* Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Bengkulu" penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan untuk menarik minat nasabah memilih produk tabungan *Wadiah Yad Dhammanah Dengan Mudharabah Mutlagah* pada Bank Mandiri Kantor Cabang Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskritif. Penelitian analisis deskritif bertujuan untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran produk tabungan *Wadiah Yad Dhammanah Dengan Mudharabah Mutlagah* pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Kota Bengkulu serta faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab salah satau produk tabungan *Wadiah Yad Dengan Mudharabah Mutlagah* lebih diminati.[18]

---

[17] Muhammad Ainur Rifqi, *"Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadiah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubung Semarang"*, Tugas Akhir. (Semarang: Jurusan D lll Perbankan Syariah Fakulitas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2015), h. 8

[18]Elisa Febriani, *"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Yad Dhammanah Dengan Mudharabah Mutlaqah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Bengkulu"*, Skripsi. (Bengkulu: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN, 2017M/1438 H), h. 8

Bayu Nugroho Agustian dalam skripsinya yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadiah* di BMT Fajar Kcp Semulijaya" dalam penelitian ini bahwa srategi pemasaran yang digunakan oleh BMT Fajar Kcp Semulijaya khususnya produk tabungan wadiah ialah melakuakana riset yang digunakan oleh BMT Fajar Kcp Semulijaya, melakukan segmen pasar dan target pasar yang dituju. Selanjutnya menggunakan analisis SHOT, dan melakukanbauran pemasaran yakni bauran produk, harga saluran distribusi, dan promosi ditamabah Public Relation dan BMT Fajar Mobile.[19]

Skripsi Miswar Afandi Nasution yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia TBK. Cabang Padangsidimpuan" dalam penelitiannya penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu perbankan syariah. Sehubungan dengan itu pendekataan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan produk tabungan, dan strategi pemasaran yang menggunakan 7P. Pengaplikasian strategi pemasaran yang terdiri dari product (produk), price (harga), place (lokasi), promotion (promosi), people (karyawan), physical evidence (bukti fisik) dan process (proses). Dan tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan di PT.[20]

Penelitian-penelitian di atas lebih menjelaskan mengenai ketentuan umum produk tabungan wadiah, strategi pemasaran mengenai minat nasabahnya.

---

[19] Bayu Nugroho Agustian, "*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di BMT Fajar KCP Semuli Jaya"*, Tugas Akhir. (Semuli Jaya: Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakulitas Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam IAIN Metro, 1438 H/2017 M), h. 6

[20]Miswar Afandi Nasution, *"Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia TBK. Cabang Padangsidimpuan"*, Skripsi. (Padangsidimpuan: Program Studi Perbankan Syariah, 2019), h. 1

Sedangkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk tabungan wadiah ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Cabang Curup.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis-jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan, tujuan, dan tingkat kealamiahan obyek yang diteliti.Berdasarkan tujuan, metode penelitian dapat diklasifikasikan menjadi penelitian dasar, penelitian terapan dan penelitian pengembangan.[21]

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan *(Field Research).* Karena selain menggunakan pendekatan deskriptif berdasarkan data kepustakaan mengenai teori-teori atau konsep-konsep, penelitian ini juga memerlukan pencermatan di lapangan terhadap subjek penelitiannya yaitu Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu KCP Curup.

2. Sumber Data

a. Primer: Data yang bersumber dari lokasi penelitian yang diperoleh secara langsung melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan lain sebagainya.
b. Sekunder: Data yang bersumber dari bahan-bahan kepustakaan yanag bersangkutan paut dengan penelitian, seperti: buku, internet, jurnal, dokumen-dokumen pemerintah termasuk paraturan perundang-undangan

[21] Sugiyono*, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D",* (Bandung, 2018), h. 4

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang *valid* maka dalam penelitian ini peneliti mengggunakan metode sebagai berikut:

a. Studi Kepustakaan

Metode ini digunakan untuk memperoleh data dari sumber-sumber bacaan, seperti: buku, internet, dan lain-lain.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yanag tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.[22]

Untuk mendapatkan data yang aktual secara lansung maka observasi lapangan sangat diperlukan. Dalam hal ini, observasi lapangan dilakukan pada subjek penelitian yaitu Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Curup dengan pengamatan.

c. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Pada metode wawancara ini penulis menggunakan jenis wawancara berstruktur.

[22]*Ibid.,*h. 145

Wawancara berstruktur ini digunakan sebagai teknik pengumpilan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.[23]

Metode wawancara ini peneliti gunakan untuk melakukan wawancara antara peneliti dengan pihak Bank Muamalat diantaranya Pemimpin Bank dan pegawai/karyawan untuk memberikan jawaban yang telah dinyatakan oleh peneliti melalui pertanyaan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat peneliti, meliputi buku-buku yang releven, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film *documenter,* data penelitian yang releven.

Peneliti menggunakan ini untuk menambah data yang konkrit tentang apayang diteliti dan yang diperoleh dari catatan dokumentasi Bank Muamalat.

4. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolaan data dilakukan dengan cara mengolah data yang diperoleh dari studi kepustakaan, observasi, wawancara, dan dokumentasi lalu hasil tersebut dipilih salah satu untuk dikelola lebih dalam salah satunya wawancara, wawancara tersebut dengan memberikan pertanyaan-pertannyan dan hasil dari wawancara tersebut peneliti gambarkan sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian.

---

[23]*Ibid.,* h. 137

5. Teknik Analisis Data

Data yang telah didapatkan dengan mempergunakan metode di atas kemudian dianalisis dan diklasifasikan sesuai dengan kategorinya masing-masing baru kemudian diadakan analisis data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, dengan analisis non statistik yang tidak dapat diukur dengan angka. Namun, karena penelitian ini bersifat deskriptif maka analisis data lebih difokuskan pada analisis data kualitatif, sehingga penelitian ini lebih bersifat menggambarkan realita yang ada.

I. Sistematika Penulisan

Dalam menghasilkan tulisan yang baik, maka pembahasan harus diuraikan secara sistematis, untuk mempermudah penulisan yang teratur yang terbagi dalam bab-bab yang saling berkaitan satu sama lain. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah:

BAB I : Bab pendahuluan yang berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Bab teori yang menyajikan pembahasan teori yang menguraikan hal-hal yang berisi tentang mengenai pengertian strategi pemasaran, pengertian tabungan *wadiah,* dan macam-macam *wadiah*.

BAB III : Bab Bank Muamalat yang berisikan sejarah Bank Muamalat, keadaan umum Bank Muamalat, visi dan misi Bank Muamalat, stuktur organisasi Bank Muamalat dan Produk-Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

BAB IV : Bab Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup yang membahas tentang data yang di peroleh mengenai strategi pemasaran produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Cabang Pembantu (KCP) Curup.

BAB V : Bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Umum Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi Menurut Marrus dalam umar didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan dimasa depan.

Istilah pemasaran pertama kali muncul sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan.[24] Dalam penafsiran yang sempit tentang pemasaran ini terlihat dari definisi American Marketing 1960, yang menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Disamping penafsiran terdapat pula pandangan yang luas, yang menyatakaan pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang/bahan-bahan masuk dalam proses produksi.[25]Menurut Kotler, pemasaran adalah suatu kegiatan proses sosial dan manajerial yang

[24] Herry Susanto, *"Manajemen Pemasaran Bank Syariah",* (Bandung : 2013), h. 37
[25] Sofjan Assauuri, *"Manajemen Pemasaran",* (Jakarta : Rajawali Pers 2015), h. 3

didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, pertukaran dan suatu kegiatan pokok yang dilakukan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Dalam keberhasilana ataupun kegagalan suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan biasanya tergantung pada kemampuan mereka dalam bidang pemasaran, keuangan maupun bidang-bidang lainnya, selain itu juga pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-funsi tersebut agar organisasi bercalan dengan lancer.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam kata lain strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang membeberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu kewaktu, pada masimg-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.[26]

Menurut Chandra, strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspetasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran

[26] *Ibid*., h. 168

yang dapat memepengaruhi permintaan terhadap produk, diantanya dalam hal mengubah harga, khusus, memtukan pilihan saluran distribusi dan sebagainya.

2. Perumusan Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran berarti melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis, yaitu strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi penentuan posisi pasar. Ketiga strategi ini adalah kunci didalam manajemen pemasaran:[27]

a. Strategi Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah proses membagi pasar ke dalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, ataupun perilaku yang membutuhkan bauran produk dan bauran pemasaran tersendiri. Atau dengan kata lain segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda.[28]

b. Strategi Penentuan Pasar sasaran

Penentuan pasar sasaran yaitu pemilihan besar atau luasnya segmen sesuai dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memasuki swegmen tersebut. Sebagaian besar perusahaan mamasuki sebuah pasar baru dengan melayani satu segmen tunggal dan jika terbukti berhasil, maka mereka manambah segmen dan kemudian memeperluas secara vertical atau secara horizontal.

---

[27] Dimas Hendika Wibowo, *"Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menigkatkan Daya Saing UMKM"*, Jurnal Adminitrasi Bisnis Vol. 29 No. 1 (Malang: Fakultas Ilmu Adminitrasi, 2015), h. 61

[28] *Ibid.,* h. 70

c. Strategi Penentuan Posisi Pasar

Penantuan posisi pasar adalah strategi untuk merebut posisi dibenak konsumen, sehingga strategi ini menyangkut bagaimana membangun kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan. oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk,dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut.

3. Tujuan Pemasaran

Setiap perusahan mempunyai tujuan agar dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingakat keuntungan perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus tingkatkan.

Strategi pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha berusahaan umumnya dan bidang pemasaran khususnya. Di samping itu, startegi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan

dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.[29]

Menurut Kasmir secara umum tujuan pemasaran bank yaitu:[30]

a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
b. Memaksimumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
c. Memaksimumkan pilihan ragam produk dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efesien.

4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Strategi pemasaran salah satu unsur terpadunya adalah Bauran Pemasaran (Marketing Mix), yang merupakan strategi yang dijalankan perusahaan, yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu, yang merupakan sasaran pasarannya. Marketing Mix merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli atau konsumen. Jadi, Marketing Mix terdiri dari himpunan variabel yang dapat

[29] Sofjan Assauri, *Op Cit*,.h. 167-168
[30] Kasmir, *"Dasar-Dasar Perbankan",* (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 70

dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarannya. Variabel atau kegiatan tersebut perlu dikombinasi dan dikoordinasikan oleh perusahaan seefektif mungkin dalam melakukan tugas atau kegiatannya. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya sekedar memiliki kombinasi kegiatan yag terbaik saja, akan tetapi dapat mengkoordinasikan berbagai variabel Marketing Mix tersebut untuk melaksanakan program pemasaran secara efektif.

Ada empat variabel Strategi Acuan/Bauran Pemasaran (Marketing Mix) yaitu:[31]

1. Strategi Produk
2. Strategi Harga
3. Strategi Penyaluran/Distribusi
4. Strategi Promosi

Keempat strategi tersebut saling mempengaruhi sehingga semuanya penting sebagai satu kesatuan strategi, yaitu strategi acuan/bauran. Sedangkan strategi marketing mix ini merupakan bagian dari strategi pemasaran (marketing strategi), dan berfungsi sebagai pedoman dalam menggunakan unsur-unsur atau variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan pimpinan perusahaan, untuk mencapai tujuan perusahaan dalam bidang pemasaran.[32]

Boom dan Bitner menambah dalam analisis jasa, bauran pemasaran di samping empat P seperti yang dikemukakan di atas, terdapat tambahan tiga P,

---

[31] Sofjan Assauri, *Op Cit,*. h. 179
[32] Sofjan Assauri, *Op Cit*,.h. 180

yaitu People, Phsycal Eviden, process. Dari konsep bauran pemasaran untuk produk jasa jika digabungkan menjadi tujuh P dalam penjelasannya yaitu sebagai berikut:[33]

a. Produk *(product)*

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran. Produk dapat berupa barang dan jasa. Pengertian barang adalah suatu produk fisik yang berwujud dan dapat diberikan pada pembeli serta melibatkan perpindahan kepemilikan dari penjual ke pembeli. Sedangkan pengertian jasa menurut Philip Kotler adalah setiap tindakan atau untuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

b. Harga *(price)*

Harga merupakan pengorbanan ekonomi untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidaklah harus selalu sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu. Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian value (nilai) kepada konsumen dan mempengaruhi gambaran produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Pada prinsipnya, penetapan harga harus

[33] Kasmir, *Op Cit,*.h. 89

disesuaikan dengan strategi perusahaan secara keseluruhan dalam menghadapi situasi dan kondisi yang selalu berubah untuk mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan.

c. Promosi *(promotion)*

Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media-media yang disebut dengan media massa seperti koran, majalah, tabloid, radio, televisi dan direct mail.

d. Lokasi/tempat *(place)*

Lokasi atau saluran distribusi adalah tempat atau wadah untuk menyampaikan jasa kepada pasar sasaran adalah dua kunci area keputusan. Hal ini memiliki relevansi yang besar karena jasa tidak bisa disimpan serta diproduksi dan dikonsumsi di tempat yang sama. Distribusi jasa terdiri atas

1) Lokasi dan Saluran distribusi produk dari perusahaan.
2) Saluran distribusi. Maksudnya adalah penyampaian jasa juga dapat melalui organisasi maupun orang lain.

e. Orang *(people)*

Dalam hubungan ini orang berfungsi sebagai penyedia berupa ativitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Oleh sebab itu orang/pegawai merupakan salah satu kunci penting keberhasilan perusahaan jasa yang langsung memberikan kesan dalam penyampaian

jasa. Untuk mencapai kualitas terbaik maka pagawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan pelanggan kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Jadi "orang" yang dimaksud disini adalah penyedia jasa atau pegawai perusahaan. Untuk mencapai kualitas penyedia jasa, perusahaan dapat memberikan berbagai dukungan seperti pelatihan, dukungan manajemen dan komunikasi interaktif internal, program perencanaan SDM yang tepat dan efektif serta mengembangkan budaya jasa. Selain itu membangun layanan konsumen juga tidak kalah penting.

e. Proses *(Process)*

Proses adalah kegiatan yang menunjukkan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang.

f. Bukti Fisik *(Physical Evidence)*

Bukti fisik disini merupakan bukti jasa yang telah diciptakan yakni berupa bukti transaksi yang terjadi antara perusahaan asuransi dengan perusahaan kontraktor sebagai konsumen.

B. Tinjauan Umum Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Tabungan merupakan simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syariat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak

dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya dipersamakan dengan itu.

Prinsip syariah tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan, tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga dan tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *Wadiah* dan *Mudharabah.*

Fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan wadiah yaitu:

a. Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai penitip dana
b. Bank tidak diperkenankan menjanjikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah
c. Bank menjamin pengembalian dana titipan dana nasabah
d. Dana titipan dapat diambil setiap saat oleh nasabah

Fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan mudharabah yaitu:

a. Bank bertindak sebagai pengelola dana (mudharib) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (shahibul maal)
b. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah yang disepakati
c. Penarikan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai waktu yang disepakati
d. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya adminitrasi berupa biaya-biaya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening,

antara lain biaya materi, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan dan penutupan rekening.[34]

Bank jadi tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tampa persetujuan yang bersangkutan terkait dengan fitur dan mekanisme tabungan berdasarkan mudharabah.

2. Dasar Hukum Tabungan

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dikutip dalam bukunya kasmir berjudul Dasar-Dasar Perbankan adalah simpanan penarikannya yang hanya dapat dilakukan menurut syariat-syariat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu[35]

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syariat-syariat tertentu yang disepakati maksudnya adalah untuk menarik uang yang disimpan direkening tabungan antar satu bank dengan bank lainnya. Hal ini sesuai pula dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung. Contohnya dalam hal frekuensi penarikan, apakah dua kali seminggu atau setiap hari atau mungkin setiap saat seperti rekening giro. Haruslah yang jelas sesuai dengan perjanjian sebelumnya yang telah dibuat oleh bank. Apabila nasabah menyimpan uang dibank tersebut maka otomatis nasabah menyetujuinya. Kemudian dalam hal sarana atau alat penarikan juga tergantung dengan perjanjian yang dibuat oleh bank.[36]

---

[34] Andri Soemitra*," Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah",* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 74
[35] Kasmir*, "Dasar-Dasar Perbankan",* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 93
[36] *Ibid.*, h. 93

3. Macam–Macam Tabungan Syariah

Menurut fatwa DSN-MUI No: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tabungan yang dibenarkan menurut prinsip syariah adalah tabungan *wadiah* dan tabungan *mudharabah*

a. Tabungan *wadiah*

Yaitu simpanan dana nasabah pada bank, yang bersifat titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dan terhadap titipan tersebut bank tidak dipersyaratkan untuk memberikan imbalan kecuali dalam bentuk pemberian bonus secara sukarela. Penghimpunan dana dalam bentuk tabungan berdasarkan *wadiah* berlaku persyaratan paling kurang sebagai berikut:

1) Bank bertindak sebagai penerima dana titipan dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana titipan
2) Dana titipan disektor penuh kepada bank dan dinyatakan dalam jumlah nominal
3) Dana titipan dapat diambil
4) Tidak diperbolehkan menjajikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah
5) Bank menjamin pengembalian dana titipan nasabah.

Prinsip dalam wadiah yaitu menghimpun dana masyarakat di Bank Syariah diterapkan baik untuk simpanan dalam bentuk giro maupun untuk tabungan berjangka. Prinsip *wadiah* yang diterapkan dalam hal ini adalah *wadiah yad dhamanah*, dimana bank syariah selaku penerima titipan dana

dimungkinkan untuk memanfaatkan atau mengelola dana titipan itu dengan memberikan jaminan keamanan atas dana tersebut serta akan mengembalikan kapan saja nasabah menariknya.[37]

Tabungan *wadiah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *wadiah*, Bank Syariah menggunakan *wadiah yad dhamanah*. Hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada Bank Syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya, sedangkan Bank Syariah bertindak sebagai pihak yang dititipkan dana atau barang yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana atau barang tersebut. Bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikan kapan saja pemiliknya menghendaki. Bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana atau barang tersebut.[38]

Wadiah yad dhamanah ini mempunyai implikasi hukum yang sama dengan *qordh,* maka nasabah penitip dan bank tidak boleh saling menjanjikan untuk membagi hasil keuntungan harta tersebut. Namun demikian, diperkenankan bank memberi bonus kepada pemilik harta titipan selama tidak disyaratkan dimuka, dengan kata lain, memberikan

---

[37] Cik Basir, *"Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syariah",* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 68

[38] Adiwarman Karim*, "Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan",* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 297

bonus merupakan kebijakan Bank Syariah semata yang bersifat sukarela.[39]

b. Tabungan *Mudharabah*

Adalah simpanan dana nasabah pada bank yang bersifat investasi dan penarikannya tidak dapat dilakukan setiap saat dan terhadap investasi tersebut diberikan bagi hasil sesuai nisbah yang telah disepakati[40]

Tabungan Mudharabah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *mudharabah. Mudharabah* mempunyai dua bentuk, yakni *mudharabah mutlaqah* dan mudharabah *muqayyadah,* yang perbedaan utama diantara keduanya terletak pada tindaknya persyaratan yang diberikan pemilik dana kepada bank mengelola hartanya. Dalam hal ini, Bank Syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shahibul mal* (pemilik dana). Sebagai Bank Syariah dalam kepastiannya sebagai *mudharib,* mempunyai kuasa hukum untuk melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk malakukan akad *mudharabah* dengan pihak lain.

Hasil dari pengelolaan dana mudharabah, Bank Syariah akan membagi hasilkan kepada pemilik dana sesuai dengan nisbah yang telah disepakati dan dituangkan dalam akad pembukaan rakening. Dalam mengelola dana tersebut, bank tidak bertanggung jawab terhadap kerugian yang bukan disebabkan oleh kelailaiannya. Namun, apabila yang terjadi

---

[39] *Ibid*., h. 298
[40] Burhanuddin, *"Hukum Bisnis Syariah",* (Yogyakarta:2011), h. 122

adalah salah urusan, bank bertanggung jawab penuh terhadap kerigian tersebut.

Dalam mengelola harta *mudharabah* Bank menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya. Disamping itu, bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah penabung tanpa persetujuan yang bersangkutan. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku, PPH bagi hasil tabungan mudharabah dibebankan langsung ke rekening tabungan mudharabah pada saat perhitumgan bagi hasil.

Dari pembahasan diatas dapat ada beberapa ketentuan umum tabungan *mudharabah* sebagai berikut:

1) Dalam transaksi ini, nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana
2) Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain
3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang
4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening

5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi hak nya
6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.[41]

Konsekuensi diterapkannya dari prinsip *yad dhamanah* pihak bank akan menerima seluruh keuntungan dari penggunaan unag, namun sebaliknya bila mengalami kerugian juga harus ditanggung oleh bank. Sebagai imbalan kepada pemilik dana disamping jaminan keamanan uangnya juga akan memperoleh fasilitas laiannya seperti insentif atau bonus untuk giro *wadiah.* Dalam praktiknya nisbah antara bank (shahibul maal) dengan deposan (mudharib) biasanya bonus untuk giro *wadiah* sebesar 30%, nisbah 40%:60% untuk simpanan tabungan dan nisbah 45%:55% untuk simpanan deposito.[42]

Artinya bank tidak dilarang untuk memberikan jasa atas pemakain ungnya berupa insentif atau bonus, dengan catatan tanpa perjanjian terlebih dahulu baik nominal maupun persentase dan ini murni merupakan kebijakan bank sebagai pengguna uang. Pemberian jasa berupa insentif atau bonus biasanya digunakan istilah nisbah atau bagi hasil antara bank dengan nasabah. Bonus biasanya diberikan kepada nasabah yang memiliki dana rata-rata minimal yang telah ditetapkan.

---

[41] Adiwarman Karim, *Op. Cit*., h. 301
[42] Kasmir*, "Dasar-Dasar Perbankan",* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 218

4. Sarana Penarikan Tabungan[43]

Untuk menarik dana yang ada direkening tabungan dapat digunakan berbagai sarana atau alat penerikan. Dalam praktiknya ada beberapa alat penarikan yang dapat digunakan, hal ini tergantung bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat-alat yang sering digunakan adalah sebagai berikut:

a. Buku Tabungan

Merupakan tabungan yang dipegang oleh nasabah, transakasi penyetoran dan pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi pada tanggal tertentu. Buku ini digunakan pada saat penarikan, sehingga, langsung dapat mengurangi atau menambah saldo yang ada di buku tabungan tertentu.

b. Slip Penarikan

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

c. Kuitansi

Kuitansi merupakan formulir penarikan dan juga merupakan bukti penarikan yang dikelurkan oleh bank yang fungsinya sama dengan slip penarikan. Didalam kuitansi tertulis nama penarik, jumlah uang dan tanda

[43] Kasmir, *Op. Cit.,* h. 93

tangan penarik. Alat ini juga dapat digunakan secara bersamaan dengan buku tabungan.

d. Kartu yang Terbuat dari Plastik

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

C. Tinjauan Umum *Wadiah*

1. Pengertian *Wadiah*

Wadiah ialah memanfaatkan sesuatu ditempat yang bukan pada pemiliknya untuk dipelihara.[44] Dalam bahasa Indonesia disebut "titipan". Akad *wadiah* merupakan suatu akad yang bersifat tolong menolong antar sesama manusia. Bisa juga diartikan dengan meninggalkan atau titipan.

Contohnya, seseorang yang mengatakan: "saya titipkan tas saya ini pada anda". Lalu dijawab "saya terima". Dengan demikian, sempurnalah akad wadiah. Mungkin juga dengan cara: "saya titipkan tas saya ini pada anda" tetapi orang yang dititpkan diam saja (tanda setuju).

Secara istilah, *wadiah* adalah sesuatu yang dititipkan oleh satu pihak (pemilik) kepada pihak lain dengan tujuan untuk dijaga. Menurut Hanafiah, *wadiah* adalah memberikan kekuasaan kepada orang lain atas suatu barang yang dimiliki dengan tujuan untuk dijaga, baik secara verbal atau dengan

---

[44] Ali hasan, *"Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam"*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 245

syarat. Misalnya,"aku titipkan barang ini kepada engkau", kemudian pihak lain menerimanya dengan jelas atau seseorang dating dengan membawa baju, kemudian baju itu diletakkan diatas tangan orang lain, dan ia berkata, "aku titipkan baju ini kepada engkau". Si penerima hanya diam dan menerima baju tersebut.

Menurut Syafi'iyyah dan Malikiyyah, *wadiah* adalah pemberian untuk menjaga sebuah barang yang dimiliki atau barang secara khusus dimiliki seseorang, dengan cara-cara tertentu. Untuk itu, diperbolehkan menitipkan kulit bangkai yang telah disucikan, atau juga seekor anjing yang telah dilatih untuk berburu atau berjaga-jaga. Tidak boleh menitipkan baju yang sedang terbang ditiup angin, karena ini termasuk dalam kategori harta yang sia-sia (tidak ada ke khususan untuk dimiliki), yang bertentangan dengan prinsip *wadiah*.[45]

Wadiah adalah titipan nasabah yang harus di jaga dan harus dikembalikan setiap saat apabila nasabah yang bersangkutan menghendakinya. Penerima titipan bertanggung jawab atas pengembalian dana atau barang titipan.[46] Sedangkan menurut Mardani *Al-wadiah* merupakan titipan atau simpanan pada bank syarah. Prinsip *al-wadiah* merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki.

---

[45] Dimyauddin djuwaini, *"pengantar Fiqih Muamalah",* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), h. 173

[46] Furywardhana, *"Akuntansi Syariah Mudah dan Sederhana dalam Penerapan di Lembaga Keuangan Syariah"*, (Yogyakarta: PPPS, 2009), h. 83

2. Landasan Syariah

a. QS. An-Nisa: 58

إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu untuk menyampaikan amanat (titipan) kepada yang berhak menerimanya (QS.An-Nisa [4]:58).

b. QS. Al-Baqarah: 283

وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ

Artinya: Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagaian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa menyembunyikan, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS.Albaqarah[2]:283).

c. Al-Hadits

HR. Abu Daud

أَدَّ الأَمَانَةَ إِلَى مَنِ ائْتَمَنَكَ وَلَاتَخُنْ مَنْ خَانَكَ

Artinya: Sampaikanlah amanat kepada orang yang mempercayaimu, dan jangalah berkhianat kepada orang yang berkhianat kepadamu (HR.Abu Daud).

3. Rukun *Wadiah*

Rukun dari akad *wadiah (yad amanah maupun yad dhamanah)* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal berikut:

a. Pelaku akad, yaitu penitip (mudi/muwaddi) dan penyimpan atau penerima titipan (muda/mustawda)

b. Objek akad, yaitu barang yang dititpkan

c. Shighat, yaitu ijab dan qobul[47]

Jadi jika melakukan setiap suatu transaksi maka dapat dilakaukan sah apabila memenuhi rukun-rukun diatas terkait dengan produk *wadiah.*

4. Syarat *Wadiah*

a. Syarat *wadiah* menurut Hanafiah adalah pihak pelaku akad disyaratkan harus orang yang berakal, sehingga sekalipun anak kecil namun sudah dianggap telah berakal dan mendapat izin dari walinya, akad *wadiah* nya dianggap sah.

b. Jumhur mensyaratkan dalam *wadiah* agar pihak pelaku akad telah balig, berakal dan cerdas, karena akad *wadiah* mengandung banyak resiko, sehingga sekalipun berakal dan telah balig namun tidak cerdas menurut Jumhur akad *wadiah* nya tidak dianggap sah.[48]

5. Jenis *Wadiah*

a. *Wadiah Yad Amanah* (kepercayaan)

---

[47] Ascarya, *"Akad dan Produk Bank Syariah",* (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), h. 44

[48] Any Widayatsari, *"Akad Wadiah dan Mudharabah dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah",* Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 3 No. 1 (Riau: 2013), h. 6

Wadiah Yad Amanah dimana penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut sampai diambil kembali oleh penitip. Ciri-ciri *Wadiah Yad Amanah*, yaitu:

(1) Penerima titipan (costudian) adalah memperoleh kepercayaan (trustee)

(2) Harta/modal/barang yang berada dalam titipan harus dipisahkan

(3) Harta dalam titipan tidak dapat digunakan

(4) Penerima titipan tidak mempunyai hak untuk memanfaatkan simpanan

(5) Penerima titipan tidak diharuskan mengganti segala resiko kehilangan atau kerusakan harta yang dititipkan kecuali bila kehilangan atau kerusakan itu karena kelalaian penerima titipan atau bila status titipan telah berubah menjadi *Wadiah Yad Dhamanah*.

b. *Wadiah Yad Dhamanah* (simpanan yang dijamin)

Dimana titipan yang selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan. Biasanya bank syariah menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah* untuk produk tabungan dan giro. Ciri-Ciri *Wadiah Yad Dhamanah* yaitu:

(1) Penerima titipan adalah dipercaya dan penjamin barang yang dititipkan

(2) Harta dalam titipan tidak harus dipisahkan

(3) Harta/modal/barang dalam titipan dapat digunakan untuk perdagangan

(4) Penerima titipan berhak atas pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan harta titipan dalam perdagangan

(5) Pemilik harta/modal/ barang dapat menarik kembali titipannya sewaktu-waktu.

Perubahan Status dari *Wadiah Yad Amanah* menjadi *Wadiah Yad Dhamanah* Perubahan tersebut terjadi apabila yaitu:[49]

(1) Harta dalam titipan telah dicampur

(2) Penerima titipan menggunakan harta titipan

(3) Penerima titipan membebankan biaya layanan kepada penitip.

[49] *Ibid*., h. 6-7

BAB III

GAMBARAN UMUM INSTANSI

A. Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia (BMI)

Bank Islam yang terbentuk dan disepakati bernama Bank Muamalat Indonesia (BMI). "Muamalat" dalam istilah fiqih berarti hukum yang mengatur hubungan antar manusia. Nama alternatif lain yang muncul pada masa pembentukan itu adalah Bank Syariat Islam. Namun mengingat pengalaman pemakaian kata 'Syariat Islam' pada Piagam Jakarta, akhirnya nama itu tidak dipilih. Nama lain yang diusulkan adalah Bank Muamalat Islam Indonesia. Presiden Soekarno kemudian menyetujui nama terakhir denga menghilangkan kata "Islam".[50]

Pendirian Bank Muamalat Indonesia (BMI) ini berawal dari loka karya "Bunga Bank dan Perbankan" yang diselenggarakan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 Agustus 1990 di Cisarua. Ide ini kemudian lebih dipertegas lagi dalam Musyawarah Nasional (MUNAS) ke IV MUI di Hotel Sahid Jaya Jakarta tanggal 22-25 Agustus 1990 yang mengamanahkan kepada Bapak K.H. Hasan Bahri yang terpilih kembali sebagai Ketua Umum MUI, untuk merealisasikan pendirian Bank Islam tersebut. Setelah itu, MUI membentuk suatu Kelompok Kerja (POKJA) untuk mempersiapkan segala sesuatunya. Tim POKJA ini membentuk Tim Kecil "Penyiapan Buku Panduan Bank Tampa Bunga" yang diketahui oleh Bapak Dr.Ir.M. Amin Azis.

---

[50] *https://id.mwikipedia.org/wiki/Bank_Muamalat_Indonesia,* diakses tanggal 25 Januari 2021

Hal yang paling utama dilakukan oleh Tim MUI ini di samping melakukan pendekatan-pendekatan dan konsultasi dengan pihak-pihak terkait adalah menyelenggarakan pelatihan calon staf melalui Management Development Program (MDP) di Lembaga Pendidikan Perbankan Indonesia (LPPI), Jakarta yang dibuka pada tanggal 29 Maret 1991 oleh Menteri Muda Keuangan, dan meyakinkan beberapa pengusaha muslim untuk jadi pemegang saham pendiri. Untuk membantu kelancaran tugas-tugas MUI ini dibentuklah Tim Hukum Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) yang dibawah Ketua Drs. Karnaen Perwaatmadja, MPA. Tim ini bertugas untuk mempersiapakan segala sesuatu yang menyangkut aspek hukum Bank Islam[51]

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (Bank Muamalat Indonesia) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah Pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroprasi pada 1 Mei 1992 atau 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang

[51] *http://Gambaran-Umum-Bank-Muamalat-Indonesia*, diakses tanggal 23 Februari 2021

diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Katru Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industry perbankan syariah.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak lima kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin malebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya diseluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk satu kantor cabang Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima di Malaysia melalui Malaysia Elekctronic Payment (MEPS). Sejak tahun 2015, Bank

Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang.[52] Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan misinya.

B. Sejarah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup didirikan pada hari Rabu, 03 Juni 2010 Bank Pertama Murni Syariah ini akan membuka kantor layanannya di kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. Pada tahun 2007 produk Bank Muamalat Indonesia telah dioperasionalkan di Provinsi Bengkulu yakni salah satunya Kabupaten Rejang Lebong, produk ini dinamakan dengan kartu syar'i. kartu syar'i ini dioperasionalkan sebelum berdirinya Bank Muamalat Indonesia di Kabupaten Rejanag Lebong khususnya. Bank Muamalat Indonesia bekerja sama dengan kantor pos yang ada di Kabupaten Rejang Lebong untuk mengoperasionalkan produk ini. Tujuan diadakannya kartu syar'i adalah untuk memperkenalkan terlebih dahulu produk perbankan yang berbasis syari'ah yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia dan juga untuk menghimbau atau pun membantu masyarakat untuk menggunakan fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh perbankan syari'ah, karena selama ini masyarakat telah difasilitasi oleh produk-produk perbankan konvensional yang menggunakan sistem bunga.[53]

Curup merupakan Ibu Kota Kabupaten Rejang Lebong yang terletak dipegunungan Bukit Barisan dan dikelilingi Bukit Kaba dab Bukur Daun. Kota kedua terbesar di Provinsi Bengkulu ini berjarak sekitar 85 km dari kota

[52] *https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank muamalat,* diakses tanggal 26 Januari 2021
[53] Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Bengkulu dan pernah menjadi Ibu Kota Sumatra Selatan pada masa revolusi di bawah kepemimpinan Gubernur A.K. Gani.

C. Keadaan Umum Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Lokasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup terletak di Jalan Merdeka No.732 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Posisi ini sangat strategis yakni terletak di pusat kota Curup tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat Curup yaitu dekat dengan Lapangan Setia Negara dan Pasar Tengah Curup. Bank Muamalat KCP Curup ini juga tidak jauh dari instansi-instansi publik lainnya seperti Sekolah-sekolah, Kantor Telkom, Kantor Pos, dan Tempat Ibadah.

Jika melihat potensi dari tempat yang dipilih sebagai kantor cabang pembantu ini maka akses menuju Bank Muamalat KCP Curup sangat mudah sekali dijangkau oleh masyarakat Curup baik dengan menggunakan transportasi umum maupun transportasi pribadi. Bank Muamalat KCP Curup dengan lokasi yang staregis memiliki peluang dalam akses yang mudah ditambah dengan kondisi kantor yang ditata rapi dan karyawan pun sangat nyaman saat bekerja dan diharapkan pula kenyamanan yang nasabah dapatkan baik dari pelayanan Bank dan kondisi tata ruang.

D. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup[54]

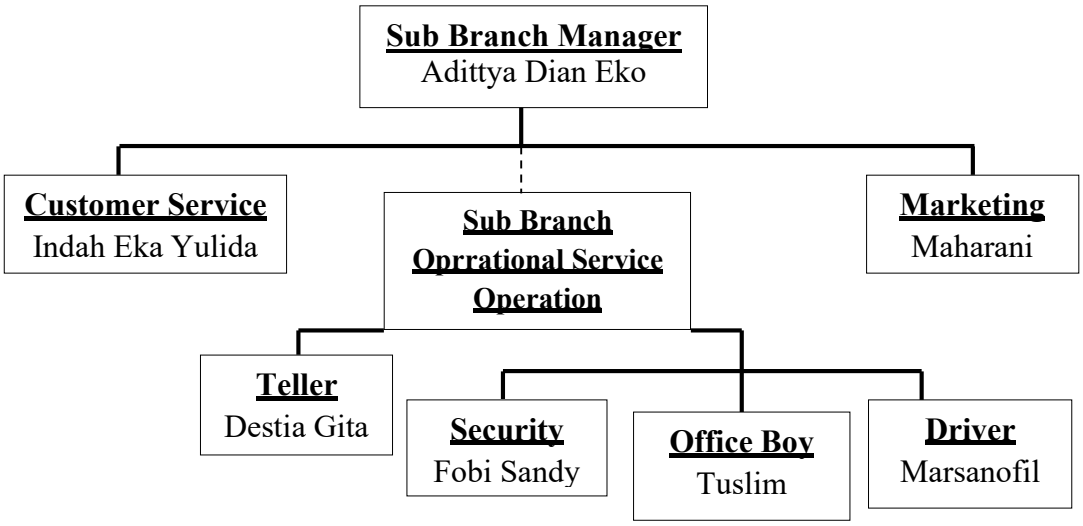
1. Visi

   Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar Bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat daerah.

2. Misi

   Membangun lembaga yang unggul dan berkesinambungan dengan koneksi pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai seluruh pemangku kepentingan.

E. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup[55]



[54] *https://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi,* diakses tanggal 26 Januari 2021
[55] Indah Eka Yulida *(costumer Servis),* wawancara 29 Januari 2021

Berikut adalah bagian bidang pekerjaan beserta tugas dan fungsinya :

1. *Sub Branch Manager:*

   Fungsi utamanya adalah memimpin dan mengkoordinir kelancaran tugas-tugas bank. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

   a. Bertanggung jawab atas kelancaran tugas-tugas bank baik dalam lingkup operasional bank dan kegiatan di luar bank secara efektif dan efisien.
   b. Membuat perencanaan untuk kemajuan dan pengembangan bank.
   c. Mengambil dan membuat keputusan yang harus dijalankan oleh bank demi untuk kemajuan bank.
   d. Mengadakan evaluasi atas realasi rencana kerja dan anggaran yang telah ditetapkan secara berkala.

2. *Marketing :*

   Fungsi utamanya adalah penghubung nasabah dengan bank dalam bidang penghimpunan dana. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

   a. Memperkenalkan produk bank, terkhusus produk penghimpunan dana kepada calon nasabah atau nasabah
   b. Mengumpulkan atau menghimpun dana tabungan, giro dan deposito
   c. Mencari calon nasabah

3. *Customer Service:*

   Fungsi utamanya adalah melayani dan memberikan pusat informasi kepada nasabah baru maupun nasabah lama. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

a. Melayani nasabah membuka rekening tabungan, rekening giro, dan deposito Muamalat
b. Menginput data nasabah yang membuka rekening
c. Memberikan penjelasan dan informasi kepada nasabah, serta melayani *complain* nasabah yang berkaitan dengan produk bank.

4. *Teller:*

Fungsi utamanya adalah melayani nasabah, dengan tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

a. Menerima setoran tunai dan penarikan tunai nasabah atas pembukuan rekening
b. Menerima penarikan serta transfer yang dibutuhkan nasabah
c. Menerima melakukan pembayaran Listrik, PPOB.

5. *Driver* yang bertugas untuk mengantar atau menjemput karyawan bank yang sedang melaksanakan tugas.
7. *Office Boy* yang bertugas untuk membersihkan ruangan serta menjaga kebersihan ruang kantor selama aktivitas bank berjalan.
8. *Security* yang memiliki tugas yaitu menjaga keamanan kantor agar tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

F. Produk-Produk Bank Muamalat Kantor Cabang Pembatu (KCP) Curup

Adapun produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup adalah sebagai berikut :[56]

1. Produk Penghimpunan Dana *(Funding)*
   a. Tabungan
      1) Tabungan *iB* hijrah haji

         Tabungan *iB* hijrah haji merupakan produk tabungan dari Bank Muamalat Indonesia, yang memberikan beberapa keuntungan kepada calon nasabahnya yaitu:

         (a) Bank umum Syariah pertama di Indonesia yang dikelola secara professional dan murni Syariah
         (b) Salah satu Bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (bps-bpih) yang terdaftar di siskohat kementrian agama Republik Indonesia
         (c) Tabungan *iB* hijrah haji menawarkan solusi lengkap untuk perjalanan ibadah anda
         (d) Bank yang berkomitmen memfasilitasi nasabah untuk berhijrah dan selalu menjadi lebih baik

      2) Tabungan *iB* hijrah

         Muamalat *iB* hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu shar-E debit yang

[56]*http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer,* diakses tanggal 26 Januari 2021

berlogo visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di *merchant* local dan luar negeri.

Nikmati berbagai ragam layanan seperti *realitme* transfer atau bayar tagihan listrik, tagihan kartu pasca bayar, pembelian tiket dan pembayaran ZIS (zakat, infak, sedekah) dengan tabungan Muamalat melalui mobile banking dan internet banking.

3) Tabungan *iB* hijrah valas

Tabungan syariah dalam denominasi valuta asing *US dollar* (SGD) yang ditunjukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.

4) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perseorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahtraan masyarakat. Adapun akad yang digunakan adalah *wadiah* atau titipan.

5) Tabungan *iB* hijrah rencana

Impian dimasa depen memerlukan keputusan perencanaan keuntungan yang dilakukan saai ini, seperti perencanaan keuntungan yang dilakukan saat ini, seperti perencanaan pendidikan, pernukahan,perjalanan ibadah atau wisata, uang muka rumah atau

kendaraan persiapan pension atau hari tua, serta rencana atau impian lainnya.

Tabungan *iB* hijrah rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai dengana prinsip syariah.

6) Tabungan *iB* hijrah prima

Merupakan tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan tabungan *iB* Muamalat prima dengan fasilita shar-E debit gold yang dapat di gunakan di seluruh jaringan visa.

Tabungan *iB* Muamalat prima dilengkapi dengan nisbah bagi hasil yang konfetitif bebas biaya "realtime transfer, bebas biaya SKN dan RTGS nikmati fasilitas khusus berupa biaya bebas airport lounge" untuk memenuhi perjalanan.

7) Tabungan *iB simple*

Tabungan simpanan pelajar *(simple)* adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta pitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung.

8) Tabungan Muamalat Prima *Ib*

Tabungan dengan bagi hasil besar yang hamper setara dengan deposito. Tabungan ini bisa di ambil setiap saat seperti layaknya tabungan tabungan. Adapun akad yang digunakan adalah *mudharabah mutlaqah.*

b. Giro

(1) Giro ib Hijrah Attijary

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas *cash management.*

(2) Giro Hijrah Ultima

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung ileh fasilitas *cash management*

c. Deposito

(1) Deposto *iB* Hijrah

Deposito syariah dalam mata uang rupiah dan us dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi anda, mendapatkan bagi hasil yang optimal, dana investasi keuangan anda di kelola secara syariah dan dapat memberikan ketenagan batin untuk anda.

d. Investasi

(1) Sukuk tabungan

Transaksi sukuk tabungan saat ini dapat dilakukan melalui layanan *internet banking* Muamalat. Layanan *internet banking* itu sendiri, dapat dimiliki oleh nasabah hanya dengan melakukan

pembukaan rekening di Muamalat, lalu melakukan registrasi di atm, dan dilanjutkan dengan melakukan aktifitas di kantor cabang Muamalat terdekat. Apabila nasabah telah melakukan registrasi dan aktifitas layanan internet banking Muamalat maka nasabah dapat malakukan bertransaksi sukuk tabungan melalui banking Muamalat.[57]

2. Produk Penyaluran Dana/Pembiayaan *(lending)*

   a. KPR *iB* Muamalat

      Merupakan produk pembiayaan yang akan membantu anda memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen, dan condotel. Termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (teke-over) dari bank lain dengan dua pilihan akad murabahah (jual-beli) atau musyarakah mutanaqishah (kerja sama sewa).

   b. Pembiayaan *iB* Muamalat pension

      Merupakan produk pembiayaan yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhan anda dihari tua dengan sederet keuntungan dan memenuhi prinsip syariah yang menenangkan. Produk ini mempasilitaskan pensiunan untuk kepemilikan dan renovasi rumah tinggal, pembelian kendaraan, biaya pendidikan anak, biaya pernikahan dan umroh. Termasuk take over pembiayaan pensiun dari bank lain. Dua pilihan akad yaitu murabahah (jual bali) atau ijarah multi jasa.

   c. Pembiayaan *iB* Muamalat multiguna

[57] *Ibid.*

Merupakan produk Muamalat yang membantu anda untuk memenuhi kebutuhana barang jasa konsumtif seperti bahan bangungan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, pembiayaan pemdidikan, biaya pernikahan, biaya perlengkapan ruamah. Dua pilihan akad yaitu murabahah (jual-beli) atau ijarah multijasa (sewa-jasa).

3. Produk Jasa *(Service Products)*

a. *Wakalah*

Berarti penyerahan, pendelegasikan atau pemberian mandate secara teknis Perbankan, *wakalah* adalah akad pemberian wewenang atau kuasa dari lembaga atau 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.

b. *Kafalah*

Kafalah Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) 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.

c. *Hawalah*

Hawalah Adalah pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam pengertian lain, merupakan pemindahan beban hutang dari muhil (orang yang berhutang)

menjadi tanggungan muhal‘alaih atau orang yang berkewajiban membayar hutang.

d. *Rahn*

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.

e. *Qardh*

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 dan bukan untuk pinjaman yang bersifat konsumtif. Pengembalian pinjaman ditentukan dalam jangka waktu tertentu (sesuai kesepakatan bersama) sebesar pinjaman tanpa ada tambahan keuntungan dan pembayarannya dilakukan secara angsuran atau sekaligus.

4. Jasa Layanan *(Service)*

a. ATM (*Automatic Teller Machine)* Muamalat

Layanan ATM memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antara rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran zakat, Infaq, Sedekah (hanya pada ATM Muamalat), tagihan telepon, serta pembayaran seperti:

1) PLN Persero
2) Asuransi : Takaful
3) Telkom Indonesia
4) *Telcom Speddy*
5) ZIS
6) Tiket Pesawat: Garuda Indonesia
7) TV Berlangganan: Indovision digital, Orange TV, Top TV, Yes TV, Nex Media.
8) PDAM: PDAM Banyumas, PDAM Cilacap, PDAM Banjarmasin
9) Selular

ATM Muamalat sudah terintegrasi dengan ATM PRIMA dan ATM Bersama, dapat digunakan untuk transfer maupun tarik tunai. Dengan bekerja samanya Bank Muamalat Indonesia dengan MEPS (*Malaysia Electronic Payment System*) sehingga kartu ATM Bank Muamalat dapat digunakan secara luas di Malaysia.

b. Salam Muamalat

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, serta transfer antara rekening,. Menggunakan Salam Muamalat dapat menghubungi 021-1500016.

c. 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.

d. *Internet Banking* Muamalat

Layanan perbankan elektronik melalui akses internet dengan menggunakan sms token yang dapat beroprasi 24 jam 7 hari seminggu dengan mudah, kapan saja, dan dimana saja. Nasabah bisa melakukan *monitoring* atas transaksi keuangan pribadi maupun bisnis dari seluruh rekening anda di Bank Muamalat dalam CIF (*Customer Information File*).

e. *Mobile Banking* Muamalat

Layanan perbankan untuk melakukan transaksi *financial* dan *non-financial* yang dapat diakses dengan mengunduh aplikasi melalui ponsel android atau ponsel yang telah didukung oleh *javaplatform versi MIDP 2.0*.

f. Jasa-jasa lain

Bank Muamalat juga menyediakan jasa-jasa Perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti *transfer, collection, standing instruction, bank draft*, *virtual account, cash management, gerai Muamalat,* referensi Bank.

g. DPLK (Dana Pensiun Lembaga Keuangan) Muamalat

Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Muamalat adalah penyelenggara Program Pensiun Iuran Pasti (PPIP) yang didirikan oleh Bank Muamalat Indonesia yang disahkan berdasarkan SK Menteri Keuangan No. KEP-485/KM.17/1997 tanggal 10 Oktober 1997. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk sebagai pendiri adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan dengan pengelolaan berdasarkan Syariat Islam. Bank Muamalat menunjukkan kinerja yang senantiasa terus meningkat, baik dari aspek peningkatan aset maupun perluasan jaringan. Di samping itu, adanya Dewan Pengawas Syari'ah yang beranggotakan ulama lebih memberikan kenyamanan dalam bertransaksi dengan memberikan hasil pengelolaan yang kompetitif, aman dan kepastian pengelolaan secara Syari'ah. Dengan dukungan jaringan Bank Muamalat tersebar di 34 provinsi di Indonesia, DPLK Muamalat siap memberikan layanan di setiap outlet baik untuk pendaftaran, setoran, maupun pembayaran manfaat pensiun di kemudian hari. Mengingat bahwa program pensiun merupakan program kesejahteraan jangka panjang, maka yang diperlukan adalah hasil yang optimal, pengelolaan yang aman dan efisien, serta layanan yang mudah dan menyenangkan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadiah* Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Penyebaran pandemi covid 19 menjadi hal besar bangsa Indonesia karena permasalahan yang terus ditimbulkannya. Ada banyak kerugian yang disebabkan oleh covid 19 yang berdampak bagi perekonomian Indonesia dan telah meluas ke berbagai belahan dunia. Pada perekonomian dari sisi perdagangan, investasi dan pariwisata terpuruk karena wabah ini. Keadaan perekonomian Indonesia berdampak pada ekonomi dan bisnis syariah, hal ini menjadi tantangan perkembangan Ekonomi dan Bisnis Syariah di Indonesia.[58] Pendapatan atau omset pendapatan Bank Syariah itu sendiri dituntut untuk memperluas pemasarannya agar tidak kalah dengan Bank lain. Dalam pempertahankan kelangsungan hidup suatu usaha dibutuhkan strategi pemasaran yang sesuai, untuk itu pemasaran menjadi suatu hal yang terpenting dalam menjalankan suatu usaha, sehingga tujuan-tujuan dari usaha tersebut dapat tercapai. Pemasaran juga harus didukung oleh kerja sama yang baik dari setiap komponen perusahaan tersebut, begitu juga yang dilakukan oleh Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup.

[58] Yenti Sumarni, *"Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis"* , Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Vol. 6 No. 2 (Bengkulu 2020), h.56

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbak Depi, selaku *customer service* Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, beliau mengatakan bahwa pada dasarnya strategi pemasaran yang digunakan pada produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 yaitu menggunakan bauran pemasaran *(marketing mix)* dengan rincian sebagai berikut:[59]

a. Produk *(product)*

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diminati, dicari dan digunakan dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Pada strategi produk, Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup melakukan upaya dengan menciptakan produk yang berbeda dengan produk Bank lainnya. Produk *wadiah* yang yang ditawarkan Bank Muamlat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup disini adalah produk Tabungan *iB* hijrah haji, Tabungan *iB* hijrah, Tabunganku, Tabungan *iB* hijrah rencana, Giro *iB* Hijrah Attijary, dan Giro Hijrah Ultima dengan menawarkan kepada masyarakat bahwa menabung dan menyimpan dana di Bank Muamalat (KCP) Curup itu memiliki banyak manfaat. Misalnya saja apabila kita membutuhkan uang untuk keperluan yang mendadak, kita bisa mengambilnya setiap saat dan pastinya menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

b. Promosi *(Promotion)*

Promosi merupakan cara langsung dan tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar timbul keinginan yang mendorong untuk

[59] Depi, *(customer Service),* wawancara 8 April 2021

melakukan pembelian produk tertentu. Dalam menghadapi masa pandemi covid 19 ini Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup melakukan promosi dimana pada dasarnya kegiatan promosi pada produk tabungan *Wadiah* mengunakan:

1) Iklan

Periklanan merupakan kombinasi non individual dengan sejumlah biaya melalui media yang dilakukan oleh perusahaan. Adapun media yang digunakan Bank Muamlat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup untuk melakukan promosi ditengah pandemi covid 19 yaitu mengunakan media sosial dengan cara pengapdetan aplikasi penambahan fiktur diaplikasi dan promosi disosial media lebih diapdet. Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) memiliki aplikasi Muamalat DIN, dengan aplikasi tersebut memudahkan pemasaran lewat sosial media.

2) Penjualan Perorangan

Penjualan perorangan disini yaitu dari time marketing bisa melalui zoom dengan nasabah untuk menjelaskan produk-produk tabungan. Nasabah juga bisa melakukan permbukaan rekening dengan aplikasi Ayo Hijrah. Hal ini memudahkan nasabah untuk membuka rekening dimasa pandemi tanpa langsung ke Bank.

c. Tempat *(Place)*

Lokasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup ini terletak di Jalan Merdeka No.732 Kelurahan Pasar Baru Kecamatan

Curup Kabupaten Rejang Lebong. Posisi ini sangat strategis yakni terletak di pusat kota Curup tidak jauh dari sumber aktivitas masyarakat Curup yaitu dekat dengan Lapangan Setia Negara dan Pasar Tengah. Bank Muamalat KCP Curup ini juga tidak jauh dari instansi-instansi publik lainnya seperti Sekolah-sekolah, Kantor Telkom, Kantor Pos, dan Tempat Ibadah.

d. Orang *(People)*

Dalam melakukan pemasarannya Bank Muamalat KCP Curup melibatkan semua pegawainya. Hal ini, perpengaruh besar untuk menjalankan strategi pemasarannya dan sangat berpengaruh besar untuk memasarkan produk-produk tabungan yang ada di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Baik Teller, CS, Marketing, Office Boy, Security, OB, Driver bisa memasarkan produknya.

e. Proses *(Proses)*

Dalam hal ini Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup untuk Melakukan proses pemasarannya bisa secara visual (Instagram, aplikasi) ataupun secara perantara menggunakan Media. Namun, dimasa covid ini menggunakan visual atau menggunakan perantara seperti zoom, video call kenasabah.

Ditengah pandemi covid 19 ini nasabah bisa membuka rekening melalui aplikasi Ayo hijrah dengan cara nasabah mengisi formulir. Diaplikasi Ayo hijrah nasabah bisa memilih produk yang diinginkan dan kemudian dari time marketing akan menginformasikan kebagian

pembukaan rekening atau CS dan setelah itu buku tabungan langsung bisa diambil hal ini bisa memudahkan nasabah membuka rekening dari rumah.

Aplikasi Muamalat DIN juga bisa melakukan pembukaan rekening secara mendiri oleh nasabah apabila sudah mempunyai rekening di Bank Muamalat dan mempunyai aplikasi misalnya nasabah mempunyai tabungan *IB* hijrah dan nasabah ingin membuka rekening Deposito karena kondisi pandemi saat ini nasabah tidak bisa ke Bank maka nasabah bisa membuka rekening Depositonya lewat aplikasi tersebut.

2. Pelaksanaan Produk Tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup[60]

Pelaksanaan produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup menggunakan prinsip titipan. Bank mempunyai dua prinsip titipan yang pertama prinsip titipan *yad amanah* yang ke dua prinsip titipan *yad dhamanah*, tetapi prinsip titipan yang digunakan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup bukanlah prinsip *wadiah yad amanah*, melainkan prinsip *wadiah yad dhamanah*. Artinya, barang atau uang yang dititipkan boleh digunakan selama mendapat izin dari pemilik. Prinsip titipan di Bank Muamalat menggunakan akad *wadiah yad dhamanah* yaitu dana atau barang yang dititipkan boleh digunakan selama dana tersebut mengendap di Bank, namun penitip (nasabah) yang menitipkan barangnya kepada penerima titipan (Bank) menginginkan adanya jaminan keutuhan dan keamanan atas dana yang dititipkan. Sementara Bank

[60] Depi, *(customer Service),* wawancara 8 April 2021

memanfaatkan dana titipan sebagai dana produktif yang digunakan untuk investasi lain dengan tujuan mencari keuntungan, kemudian penitip (nasabah) mendapatkan bonus atas pemanfaatan dana yang dititipkan berdasarkan kebijakan Bank.

Prinsip dasar *wadiah* menyebutkan bahwa seorang penitip barang wajib membayar seluruh biaya yang dikeluarkan pihak yang dititip, secara otomatis untuk keperluan pemeliharaan barang titipan tersebut, di samping imbalan jasa dalam jumlah yang pantas sesuai kadar kepatutan dan berdasarkan kesepakatan di muka antara kedua pihak pada waktu perjanjian dibuat.[61]

Aqad *wadiah* termasuk kategori aqad tabarru, yakni aqad yang bersifat kebajikan karena mengandung unsur tolong menolong antar sesama manusia dalam lingkungan sosialnya. Namun dalam hal ini bank Muamalat menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah*. Dengan prinsip ini bank harus menjamin pembayaran kembali nominal simpanan *wadiah.* Dana tersebut dapat digunakan oleh bank untuk kegiatan investasi dan bank berhak atas pendapatan yang diperoleh dari pemanfaatan harta titipan tersebut dalam kegiatannya. Pemilik simpanan dapat menarik kembali simpanannya sewaktu-waktu, baik sebagian atau seluruhnya. Bank tidak boleh menyatakan atau menjanjikan imbalan atau keuntungan apapun kepada pemegang rekening *wadiah*, dan sebaliknya pemegang rekening juga tidak boleh mengharapkan atau meminta imbalan atau keuntungan atas rekening *wadiah.*

[61] Depi, *(customer Service)*, wawancara 8 April 2021

Setiap imbalan atau keuntungan yang dijanjikan dapat dianggap riba. Namun demikian, bank atas kehendaknya sendiri dapat memberikan imbalan berupa bonus kepada pemilik dana.

3. Faktor Yang Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan *Wadiah* Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Ada dua faktor yang meningkatkan jumlah nasabah meningkat pada produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19. Faktor tersebut yaitu:[62]

a. Pemasaran dan Promosi

Tujuan dari pemasaran produk yang dimiliki adalah supaya masyarakat mengetahui dan mengerti tentang produk tabungan *wadiah* yang dimiliki Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Dalam promosi kepada nasabah pihak pemasar memberitahu manfaat serta kelebihan-kelebihan produk tabungan *wadiah* yang dimiliki Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup. Semakin sering promosi yang dilakukan maka semakin banyak nasabah yang tertarik dan berminat untuk membeli produk *wadiah* yang ditawarkan.

Promosi dilakukan dengan cara yang menarik agar mempengaruhi minat nasabah dan meningkatkan tingkat penjualan produk. Ditengah pandemi covid 19 ini Bank Muamalat mempromosikan produknya melalui media sosial dengan cara memposting produk-produk *wadiah*.

[62] Depi, *(customer Service),* wawancara 8 April 2021

b. Proses Pelayanan

Kegiatan proses menunjukan bagaimana pelayanan diberikan kepada nasabah selama melakukan pembelian produk. Dimasa pandemi covid 19 Bank Muamalat memiliki aplikasi untuk nasabah menbuka rekening tanpa harus ke Bank nya langsung dengan aplikasi tersebut memudahkan nasabah untuk membuka rekening. Apabila nasabah ingin membuka rekening, sebelumnya akan dijelaskan terlebih dahulu produk-produk tabungan agar nasabah bisa memilih dan juga memahami, baik lewat zoom atau membaca postingan-postingan di media sosial.

B. Pembahasan

Berbijak dari data-data yang diperoleh peneliti dan proses penelitian. Dalam menganalisis hasil penelitian, peneliti menginterpretasikan hasil penelitian dengan beberapa informasi mengenai strategi pemasaran kemudian membandingkan serta menganalisis berdasarkan teori yang ada pada bab II.

1. Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Wadiah* Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

a. Produk *(Product)*

Produk merupakan elemen penting dalam sebuah program pemasaran produk juga memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk

harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil.[63]

Setelah melewati proses Observasi, Dokumentasi dan Wawancara yang peneliti lakukan pada Costumer Servis dalam penelitian ini dapat memperkuat hasil penelitian bahwa strategi pemasaran produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup salah satunya yaitu produk, memasarkan produk-produk tabungannya terutama produk tabungan *wadiah.*

b. Promosi *(Promotion)*

Promosi adalah kegiatan mengomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Seluruh kegiatan promosi bertujuan untuk mempengaruhi perilaku pembelian, tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan. Melalui periklanan suatu perusahaan mengarahkan komunikasi pada pembeli sasaran dan masyarakat melalui media. Hal ini sesuai dengan pernyataan informasi Mbak Depi dapat memperkuat hasil penelitian bahwa untuk memasarkan produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 diutamakan dengan melakukan promosi memggunakan iklan dan penjualan perorangan.

---

[63] Riyono, *"Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA Di Kota Pati"* , Jurnal Stie Semarang, Vol. 8 No.2 (Semarang: 2016), h. 97

c. Tempat *(Place)*

Lokasi atau saluran distribusi adalah Tempat atau wadah untuk menyampaikan jasa kepasar sasaran. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian bawasannya tempat atau lokasi menjadi hal untuk strategi pemasaraan.

d. Orang *(People)*

Orang atau pegawai merupakan salah satu kunci penting keberhasilan perusahaan jasa yang langsung memberikan kesan dalam penyampaian jasa. Hal ini sesuai dengan penelitian bahwa orang atau pegawai sebagai penyedia berupa aktifitas manfaat atau kepuasan yang ditawarkan ke nasabahnya.

e. Proses *(Proses)*

Proses adalah kegiatan yang menunjukan bagaimana pelayanan diberikan kepada konsumen selama melakukan pembelian barang. Hal ini sesuai dengan pernyataan informasi yang peneliti lakukan terhadap CS bahwa dalam strategi pemasaran salah satunya dengan cara proses yang memberikan nasabah merasa puas dalam memenuhi kebutuhannya.

2. Pelaksanaan Produk Tabungan *Wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Tabungan *wadiah* yaitu simpanan dana nasabah pada bank, yang bersifat titipan dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat, terhadap titipan tersebut bank tidak dipersyaratkan untuk memberikan imbalan kecuali dalam

bentuk bonus secara sukarela. Prinsip dalam *wadiah* yaitu menghimpun dana masyarakat di bank syariah diterapkan baik untuk simpanan dalam bentuk giro maupun untuk tabungan berjangka. Prinsip *wadiah* yang diterapkan dalam hal ini adalah *wadiah yad dhamanah,* dimana bank syariah selaku penerima titipan dana dimungkinkan untuk memanfaatkan atau mengelola dana titipan itu dengan memberikan jaminan keamanan atas dana tersebut serta akan mengembalikan kapan saja nasabah menariknya.[64]

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan bahwa pelaksanaan produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup menggunakan prinsip *wadiah yad dhamanah* yaitu dana atau barang yang dititipkan boleh digunakan selama dana tersebut mengendap di bank, namun nasabah yang dititipkan barangnya kepada penerima bank menginginkan adanya jaminan keutuhan dan keamanan atas dana yang dititipkan.

3. Faktor Yang Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan *Wadiah* Ditengah Pandemi Covid 19 Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Terdapat beberapa faktor yang meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup, diantaranya sebagai berikut:

[64] Cik Basir, *Op. Cit.,* h. 68

a. Pemasaran dan Promosi

Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang masuk dalam proses produksi. Promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Pada strategi pemasaran produk tabungan *wadiah* sesuai antara pendapatnya teori ini, karena pemasaran dan promosi kunci meningkatnya jumlah nasabah pada tabungan *wadiah.*

b. Proses Pelayanan

Proses pelayanan adalah suatu kegiatan proses menunjukan bagaimana pelayanan diberikan kepada nasabah yang melakukan pembelian produk. Hal ini sesuai dengan yang sudah peneliti lakukan bawah ini menggunakan teori proses pelayanan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi yang dilakukan Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP**)** Curup dalam memasarkan produk tabungan *wadiah* ditengah pendemi covid 19 dengan cara menerapkan bauran pemasaran *(marketing mix)* yang terdiri dari produk *(product),* promosi *(promotion),* tempat *(place),* orang *(people),* proses *(proses)*
2. Pelaksanaan produk tabungan *wadiah* di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup menggunakan prinsip titipan. Prinsip titipan yang digunakan yaitu *wadiah yad dhamanah*, artinya barang atau uang yang dititipkan boleh digunakan selama barang atau uang tersebut mengendap diBank, namun penitip (nasabah) yang menitipkan barangnya kepada penerima titipan (Bank) menginginkan adanya jaminan keutuhan dan keamanan atas dana yang dititipkan. Sementara Bank memanfaatkan dana titipan sebagai dana produktif yang digunakan untuk investasi lain dengan tujuan mencari keuntungan, kemudian penitip (nasabah) mendapatkan bonus atas pemanfaatan dana yang dititipkan berdasarkan kebijakan Bank.
3. Faktor yang menjadikan jumlah nasabah meningkat pada tabungan *wadiah* ditengah pandemi covid 19 yaitu Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu

(KCP) Curup menggunakan strategi pemasaran *marketing mix* dengan promosi yang paling dominan dan proses pelayanannya. Alat promosi yang digunakan melalui media sosial, Bank Muamalat mempunyai aplikasi khusus yang memudahkan nasabah membuka rekening tanpa harus ke Bank yaitu dengan aplikasi Muamalat DIN, dengan Aplikasi Muamalat DIN nasabah bisa secara cepat membuka tabungan.

B. Saran

1. Bagi Perbankan Syariah

   Perbankan Syariah, khususnya Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup diharapkan agar lebih meningkatkan strategi pemasaran produk-produk yang ditawarkan guna meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup khususnya dalam produk tabungan *wadiah*, masyarakat lebih berminat menggunakan Perbankan Syariah terutama Bank Muamalat dalam kehidupan ekonominya ditengah pendemi covid 19.

2. Bagi Mahasiswa

   Dengan adanya strategi pemasaran produk tabungan *wadiah* pada Bank Muamalat (KCP) Curup, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah diharapkan banyak yang berminat untuk membuka tabungan *wadiah* di perbankan syariah yaitu Bank Muamalat (KCP) Curup karena keberadaan produk-produk Bank Syariah menggunakan prinsip-prinsip Islam.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan minat untuk membuka tabungan di Perbankan Syariah dimasa pandemi covid 19. Masyarakat dapat menggunakan Bank Syariah sebagai mediator pengembangan kehidupan ekonomi karena berdasarkan prinsip syariah dan terbebas dari unsur Riba yang haram hukumnya di dalam agama Islam. Serta dapat dengan mudah memahami prinsip-prinsip dan akad-akad yang digunakan dalam Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Agustian, Bayu Nugroho, "*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di BMT Fajar KCP Semuli Jaya"*, Tugas Akhir. (Semuli Jaya: Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakulitas Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam IAIN Metro, 1438 H/2017 M).

Agustian, Bayu Nugroho, "*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Di BMT Fajar KCP Semuli Jaya"*, Tugas Akhir. (Semuli Jaya: Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah Fakulitas Ekonomi Islam Dan Bisnis Islam IAIN Metro, 1438 H/2017 M).

Arsip PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup

Ascarya*, "Akad dan Produk Bank Syariah",* (Jakarta: Raja Grafindo, 2007).

Asor, Muhamad, *"Fiqih Perbankan"*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011).

Assauuri, Sofjan, *"Manajemen Pemasaran",* (Jakarta : Rajawali Pers 2015).

Basir, Cik, *"Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syariah",* (Jakarta: Kencana, 2009).

Burhanuddin, *"Hukum Bisnis Syariah",* (Yogyakarta:2011).

Depi, *(customer Service),* wawancara 8 April 2021

Djuwaini, Dimyauddin*, "pengantar Fiqih Muamalah",* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010).

Entaresmen, R. Ajeng, *"Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah Di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Jakarta Barat",* Jurnal Manajemen dan Pemasaran jasa, Vol. 9 No. 1 (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 2016).

Fahruddin, Ahmad Hanif, *"Akademika"*, Jurnal Studi Islam, Vol. 13 No. 2. (Lamongan: Fakulitas Agama Islam Universitas Islam, 2020).

Febriani, Elisa, *"Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah Yad Dhammanah Dengan Mudharabah Mutlaqah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Bengkulu"*, Skripsi. (Bengkulu: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN, 2017M/1438 H).

Furywardhana, *"Akuntansi Syariah Mudah dan Sederhana dalam Penerapan di Lembaga Keuangan Syariah"*, (Yogyakarta: PPPS, 2009).

Hasan, Ali, *"Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam"*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).

http://*Gambaran-Umum-Bank-Muamalat-Indonesia*, diakses tanggal 23 Februari 2021

http://www.bankmuamalat.co.id/produk-layanan-consumer, diakses tanggal 26 Januari 2021

https://id.mwikipedia.org/wiki/Bank_Muamalat_Indonesia, diakses tanggal 25 Januari 2021

https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank muamalat, diakses tanggal 26 Januari 2021

https://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi, diakses tanggal 26 Januari 2021

Indah Eka Yulida *(costumer Servis),* wawancara 29 Januari 2021

Karim, *"Analisis Fiqih dan Keuangan"*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008).

Karim, Adiwarman*, "Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan",* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).

Kasmir*, "Dasar-Dasar Perbankan"*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008).

Muharromah, Syahriyatul, "*Implementasi Produk Tabungan Wadi'ah Pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Curup"*, Skripsi. (Curup: Program Studi Perbankan Syariah Dan Ekonomi STAIN, 2014).

Nabhan, Faqih, *"Dasar-Dasar Akuntansi Bank Syariah"*, (Yogyakarta: Lumbung Ilmu, 2008).

Nasution, Miswar Afandi, *"Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia TBK. Cabang Padangsidimpuan"*, Skripsi. (Padangsidimpuan: Program Studi Perbankan Syariah, 2019).

Rifqi, Muhammad Ainur, *"Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadiah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubung Semarang"*, Tugas Akhir. (Semarang: Jurusan D lll Perbankan Syariah Fakulitas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2015).

Riyono, *"Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA Di Kota Pati"* , Jurnal Stie Semarang, Vol. 8 No.2 (Semarang: 2016).

Soemitra, Andri*," Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah",* (Jakarta: Kencana, 2009).

Sugiyono*, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D",* (Bandung, 2018).

Sumarni, Yenti, *"Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis"* , Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, vol. 6 no. 2 (Bengkulu 2020)

Susanto, Herry*, "Manajemen Pemasaran Bank Syariah",* (Bandung : 2013).

Wibowo, Dimas Hendika*, "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Menigkatkan Daya Saing UMKM"*, Jurnal Adminitrasi Bisnis Vol. 29 No. 1 (Malang: Fakultas Ilmu Adminitrasi, 2015).

Widayatsari, Any, *"Akad Wadiah dan Mudharabah dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah",* Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 3 No. 1 (Riau: 2013).

Yuliana, Rahmi, *"Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang"*, Jurnal Stie, Vol 5 No 2 (Semarang, 2013).

Zulva, Tarisa Novita Indana, *"Covid-19 Dan Kecenderungan Psikomatis"*, Jurnal Pendidikan Keperawatan Indonesia, Vol. 6 No. 1 (Semarang: Fakulitas Psikologi Dan Kesehatan UIN Walisongo, 2020).