

**STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK TABUNGAN iB  
MULTIGUNA DI BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG  
PEMBANTU UPI YPTK PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar Ahli Madya  
(A.Md) Pada Program Studi Manajemen Perbankan Syari'ah*



*Oleh :*

**DEFLI OKTA PUTRA**  
**1403050243**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**IMAM BONJOL PADANG**

**1439 H/2018 M**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang”, disusun oleh Saudara Defli Okta Purra, NIM 1403050243 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang Munaqasyah.

Padang, 15 Februari 2018

Pembimbing



**Dr. Rozalinda M. Ag**  
NIP: 197011062000032003

## PENGESAHAN TIM PENGUJI

“Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang”, disusun oleh saudara Defli Okta Putra NIM 1403050243 telah diuji dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, Kamis 28 Februari 2018 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada jurusan DIII Manajemen Perbankan Syariah.

Padang, 28 Februari 2018

### Tim Penguji Ujian Akhir

Ketua



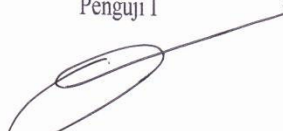
Dr. Rozalinda, M. Ag  
NIP. 19701106200032003

Sekretaris



Andre Wiratha, MM

Penguji I



Romi Iskandar, SE, MM  
NIP. 197405202005011005

Anggota

Penguji II



Andre Wiratha, MM

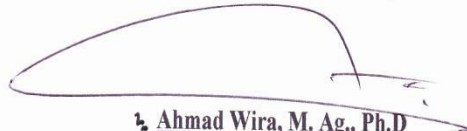
Pembimbing



Dr. Rozalinda, M. Ag  
NIP. 19701106200032003

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Imam Bonjol Padang



Ahmad Wira, M. Ag., Ph.D  
NIP. 197112011996031002

## PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang”** adalah benar hasil karya saya, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tugas akhir ataupun karya yang sudah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk memperoleh gelar Ahli Madya di UIN Imam Bonjol Padang ataupun di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa Tugas Akhir ini adalah hasil plagiasi atau tidak orisinal, maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan Tugas Akhir ini dan gelar Ahli Madya saya.

Padang, 28 Februari 2018

Yang menyatakan  
  
**Defli Okta Putra**  
NIM. 1403050243



## ABSTRAK

Tugas Akhir ini berjudul “**Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**”. Tugas Akhir ini ditulis oleh **Defli Okta Putra NIM. 1403050243** Jurusan DIII Manajemen Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

Adapun rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah bagaimana strategi pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

Metode penelitian dalam tugas akhir ini adalah penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data primer dari hasil wawancara langsung dengan pihak *Marketing* Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Data sekunder diperoleh dari buku-buku dan refensasi lain yang relevan dengan objek yang teliti. Data-data yang diolah dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu data yang diolah dalam bentuk kalimat dan tidak berbentuk angka.

Dalam tugas akhir ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran produk tabungan iB Multiguna yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yaitu menggunakan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) diantaranya *product, price, place, promotions, people, process, Physical Evidence*. Untuk itu pihak Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang harus menekankan kepada petugas *Marketing* untuk lebih giat dan fokus dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk meningkatkan penjualan produk tabungan iB Multiguna.

***Kata kunci:* Strategi Pemasaran, Tabungan iB**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji milik Allah sang pemilik alam, Yang Mengasihi sekalian alam dan meninggikan derajat manusia yang berbakti kepada-Nya. Salawat beserta salam kita limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah diutus untuk menyempurnakan akhlaq yang mulia, kepada para pengikut risalah-nya demi tegaknya syariat Islam di bumi ini. Dan telah berhasil membawa kita umat manusia dari kebodohan sampai memiliki ilmu pengetahuan

Tugas akhir ini berjudul **“Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang“**.

Penulis sadar sepenuhnya bahwa dalam penulisan tugas akhir ini, masih jauh dari apa yang dikatakan sempurna, sebagaimana kata pepatah tak ada gading yang tak retak, dan tak ada manusia yang tak salah. Karena kesempurnaan itu hanya milik Allah dan kesalahan itu datangnya dari penulis. Namun ketidaksempurnaan ini tidaklah mengurangi dari apa yang akan disampaikan.

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi program Diploma III Manajemen Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, dari awal sampai akhir penyelesaian tidak dapat terlaksana tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Penulis tidak akan melupakan semua bantuan yang telah diberikan, oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Teruntuk orang tua Ayah dan Ama yang selalu memberikan dukungan baik berupa materi maupun kasih sayang, sosok yang tidak pernah lelah mendengarkan keluh kesah yang terlontar dari bibirku, sosok yang selalu memegang erat tanganku ketika terjatuh dan sosok yang memberikanku alasan untuk selalu berjuang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Bapak H. Ahmad Wira., M.Ag, M.Si, Ph.D beserta jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.
3. Ketua jurusan Manajemen Perbankan Syariah Bapak Huriyatul Akmal, M.Si dan sekretaris jurusan Bapak Roni Andespa, SE,MM Dosen Penasehat Akademik (PA) Ibu Dr.Rozalinda M.Ag yang telah memberikan ilmu, dukungan, dan arahnya selama masa perkuliahan sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini
4. Ibu Dr. Rozalinda, M.Ag, selaku pembimbing tugas akhir yang telah banyak memberikan koreksi, bimbingan, dan arahan dalam penulis tugas akhir ini.
5. Seluruh Karyawan/Karyawati Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang, yang telah memberikan pengalaman hidup dan ilmu pengetahuan tentang dunia perbankan. Dan juga kepada rekan- rekan magang yang telah bekerja sama dalam bekerja selama magang dan juga membantu dalam memperoleh data.
6. Noni Oktavia S.sos, Kakak dan Rendi Putra Adik saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat agar aku tidak menyerah dan kalah

dengan keadaan. Dan untuk seluruh keluargaku yang selalu berdoa untuk kelancaran dalam menyelesaikan studyku.

7. Sahabat-sahabat Penulis MPS A bp 14, selama tiga tahun ini berjang bersama dalam satu ruangan dan menciptakan cerita kita. Sahabatku tempat berbagi cerita. Dan seluruh senior mahasiswa MPS A,B,C bp 13, dan junior bp 15 dan 16.
8. Kepada keluarga besar Pinker kos, terima kasih telah menjadi keluargaku selama tiga tahun ini. Dan terima kasih untuk dukungan yang telah kalian berikan.

Atas segala bantuan, bimbingan dan arahan dari semua pihak, penulis mengucapkan terima kasih.

Padang, 22 Februari 2018  
Penulis,

  
**Defli Okta Putra**  
1403050243



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iii
PERNYATAAN KEORISINILAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan dan Batasan Masalah.....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>D. Penjelasan Judul .....</b>	<b>6</b>
<b>E. Metode Penelitian.....</b>	<b>7</b>
<b>F. Sistematika Penulisan.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. Pemasaran Bank.....</b>	<b>11</b>
<b>1. Pengertian Pemasaran .....</b>	<b>11</b>
<b>2. Strategi Pemasaran .....</b>	<b>13</b>
<b>3. Tujuan Pemasaran .....</b>	<b>13</b>
<b>4. Konsep Pemasaran .....</b>	<b>14</b>
<b>5. Marketing Mix .....</b>	<b>16</b>
<b>B. Tabungan.....</b>	<b>20</b>
<b>1. Pengertian Tabungan .....</b>	<b>20</b>
<b>2. Jenis-Jenis Tabungan .....</b>	<b>21</b>
<b>3. Tujuan dan Manfaat Tabungan .....</b>	<b>28</b>
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PT. BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG PEMBANTU UPI YPTK PADANG</b>	

<b>A.</b> Sejarah Berdirinya PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	30
<b>B.</b> Visi, Misi dan Nilai Perusahaan PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	32
<b>C.</b> Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	33
<b>D.</b> Produk-Produk PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	38

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISA

<b>A.</b> Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang Dalam Memasarkan Produk Tabungan iB Multiguna.....	54
<b>B.</b> Kendala-kendala Dalam Melakukan Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang .....	58

#### BAB V PENUTUP

<b>A.</b> Kesimpulan.....	60
<b>B.</b> Saran .....	62

#### DAFTAR KEPUSTAKAAN

#### LAMPIRAN

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>1</sup> Meskipun bank konvensional sudah sangat membantu mengelola uang masyarakat dengan baik namun masih terdapat beberapa tindakan yang melanggar ajaran Islam salah satunya yaitu riba, karena itu maka lahirlah bank syariah.

Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau kegiatan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Dalam menjalankan usahanya bank syariah menggunakan pola bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasinya, baik dalam produk pendanaan, pembiayaan maupun produk lainnya. Produk-produk bank syariah mempunyai kemiripan tetapi tidak sama dengan produk bank konvensional karena adanya pelarangan riba, gharar, dan maysir. Oleh karena itu, produk-produk pendanaan dan pembiayaan pada bank syariah harus menghindari unsur-unsur yang dilarang tersebut.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal. 6

<sup>2</sup>Muhamad, *Manajemen Bank Syariah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada), hal. 2

Aktifitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding*. Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat luas. Pengumpulan dana dari masyarakat ini dilakukan oleh bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah seperti giro, tabungan, sertifikat deposito, dan deposito berjangka.<sup>3</sup>

Pada tahun 2008 setelah memperoleh izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia nomor 10/69/KEP.GBI/DpG/2008 tanggal 27 Oktober 2008 tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dan Perubahan Nama PT. Bank Persyarikatan Indonesia Menjadi PT. Bank Syariah Bukopin dimana secara resmi mulai efektif beroperasi tanggal 9 Desember 2008, kegiatan operasional Perseroan secara resmi dibuka oleh Bapak M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004 -2009.

Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang hadir memberikan tawaran produk bagi kebutuhan nasabah, yang terdiri dari :

1. Produk Pendanaan: Tabungan (Tabungan iB SiAga, Tabungan iB SiAga Bisnis, Tabungan iB Multiguna, Tabungan iB Pendidikan, TabunganKu iB, Deposito iB dan Giro iB.

---

<sup>3</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 24-25

2. Produk Pembiayaan: Pembiayaan iB Jual Beli (*Murabahah*), Pembiayaan iB Kepemilikan Rumah, Pembiayaan iB kepemilikan Mobil, Pembiayaan iB Bagi Hasil, (*Mudharabah*) dan Pembiayaan iB K3A.
3. Produk Jasa: *Cash Management* dan ATM iB SiAga
4. Produk Jasa Lainnya: Kliring, Transfer, BI-RTGS, dan *Payment Point*.

Tabungan iB Multiguna Bank Syari'ah Bukopin menggunakan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*, dimana Bank dapat mengelola dana nasabah untuk investasi dan keuntungannya akan dibagikan antara nasabah dengan Bank sesuai porsi (*nisbah*) yang disepakati bersama. Dengan akad tersebut, Bank sebagai *mudharib* diberikan kuasa penuh oleh penabung (*shahibul mal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan atau batasan. Bank wajib memberi tahu penabung mengenai *nisbah* (porsi) bagi hasil yang diperoleh dan resiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akad.

Selain itu, Tabungan iB Multiguna mewajibkan bagi nasabah untuk melakukan setoran bulanan minimal Rp.100.000,- perbulan, namun setoran ini bersifat fleksibel. Nasabah juga dapat menyetorkan dana diluar setoran bulanan setiap saat. Jangka waktu yang ditawarkan mulai dari 1 (satu) hingga 18 (delapan belas tahun). Bank syariah bukopin juga membebaskan biaya administrasi bulanan dan premi asuransi bagi nasabah. Serta dilengkapi dengan fasilitas auto debet untuk setoran bulanan melalui tabungan iB SiAga atau Giro iB di Bank Syariah Bukopin. Namun, nasabah yang tertarik menggunakan produk ini harus memenuhi syarat bahwa nasabah tersebut harus memiliki Tabungan iB SiAga atau Giro iB di Bank Syariah Bukopin.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari sistem yang dipakai oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang, tercatat hingga tanggal 31 Januari 2018, folder *Display Spooled File* menggambarkan jumlah nasabah pendanaandi bank tersebut sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Jumlah Nasabah Pendanaan**

<b>Jenis Tabungan</b>	<b>Total Nasabah</b>
iB SiAga	3.532
iB Multiguna	121
iB Pendidikan	77
iB Bisnis Perorangan	22
iB Bisnis Badan Usaha	34
iB Bisnis Bank Lain	6
Tabunganku iB	57

Sumber : Folder *Display Spooled File*BSB

Dari tabel 1.1 diatas nampak bahwa produk tabungan iB multiguna kurang diminati di banding produk tabungan iB SiAga.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian yang penulis paparkan di atas, penulis ingin menindaklanjuti dengan membahas lebih dalam yang berkaitan tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan bank syariah bukopin cabang pembantu UPI YPTK Padang untuk menarik minat nasabah terhadap produk tabungan iB Multiguna yang akan dituangkan dalam tugas akhir yang berjudul "**Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**".

## **B. Rumusan dan Batasan Masalah**

### **1. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang ?

### **2. Batasan Masalah**

Agar pembahasan tugas akhir ini tidak menyimpang dari pembahasan yang ada maka penulis perlu membatasinya, yang akan di bahas dalam tugas akhir ini mengenai strategi pemasaran pada produk tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan Tugas Akhir ini adalah :

- a. Menambah pengetahuan dan wawasan tentang bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.
- b. Sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan ilmu yang di peroleh dari bangku perkuliahan.
- c. Untuk memenuhi salah satu syarat agar mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program DIII Manajemen Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

#### **D. Penjelasan Judul**

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami maksud dari judul Tugas Akhir ini, maka penulis akan memberikan penjelasan dari kata serta istilah yang terdapat pada judul ini :

- Strategi : Rencana untuk mencapai sasaran apa yang ingin di capai oleh unit bisnis.<sup>4</sup>
- Pemasaran : Proses sosial dan manajerial dimana suatu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa
- Tabungan iB Multiguna : yang bernilai dengan pihak lain.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana,2005), cet.2 hal. 61

<sup>5</sup>*Ibid*, hal. 10



Tabungan iB multiguna Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang merupakan tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang bagi nasabah, memberikan manfaat proteksi asuransi

Bank Syariah Bukopin : jiwa secara gratis.<sup>6</sup>

Capem UPI YPTK Padang Cabang pembantu dari cabang Syariah Bukopin Bukittinggi yang membantu menjalankan kegiatan operasional dan pelayanan di kampus UPI YPTK Padang dan juga melayani masyarakat umum yang ingin menjadi nasabah Bank Syariah Bukopin.<sup>7</sup>

Maksud dari judul di atas adalah bagaimana cara Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang memasarkan produk tabungan iB Multiguna kepada nasabah dari sudut pandang bauran pemasaran (*Marketing Mix*).

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

---

<sup>6</sup>Direksi BSB, *Laporan Tahunan Bank Syariah Bukopin 2014*, (Jakarta: PT. Bank Syariah Bukopin, 2014), hal. 191

<sup>7</sup>Muhammad Aulia, *Koordinator Operasional dan Pelayanan*, Wawancara, (Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang: Rabu, 10 Januari 2018, Pukul 14.30 WIB)

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan cara mengumpulkan data-data yang dianggap perlu dan dibutuhkan dari pengamatan langsung serta hasil wawancara yang penulis lakukan dengan pihak bank saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL)/magang selama 1 (satu) bulan, yang dimulai pada tanggal 5 September-5 Oktober 2017 di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dengan pimpinan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

### b. Data Sekunder

Mengumpulkan bahan yang ada kaitannya dengan judul Tugas Akhir dengan cara mencari data yang dipublikasikan oleh pihak-pihak tertentu.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara (*Interview*)

Salah satu cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data adalah dengan melakukan wawancara terhadap karyawan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang sesuai dengan pedoman wawancara yang sudah disusun sebelumnya.

### b. Dokumentasi

Mengumpulkan data tertulis berupa dokumen-dokumen, file-file dan arsip-arsip yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dari Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Penulis mengamati bagaimana pihak bank memasarkan produk kepada nasabah.

#### 4. Teknik Analisa Data

Menggunakan analisis kualitatif dengan cara mendeskripsikan, mencatat, menganalisa, menafsirkan kondisi yang terjadi secara tepat pada objek yang diteliti, yaitu mendeskripsikan bagaimana strategi pemasaran produk tabungan iB multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

#### F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang disusun untuk memaparkan seluruh hasil penelitian ini secara singkat, agar dapat dipahami secara sistematis, maka penulis menguraikan sistematika penulisan ini sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, pada bab ini mengemukakan tentang latar belakang masalah, rumusan dan batasan masalah, penjelasan judul, tujuan dan kegunaan, serta metode pengumpulan data dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan teori, pada bab ini menjelaskan tentang pengertian pemasaran, strategi pemasaran, tujuan pemasaran, konsep pemasaran, *marketing mix*, kemudian

membahas tentang pengertian tabungan iB Multiguna, manfaat tabungan iB Multiguna, kemudian membahas tentang pengertian *mudharabah*, landasan hukum tentang *mudharabah* serta prinsip *mudharabah mutlaqah*.

- BAB III : Merupakan gambaran umum PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yang terdiri dari, sejarah berdirinya, visi, misi dan nilai perusahaannya, struktur organisasinya, serta produk-produknya.
- BAB IV : Hasil penelitian pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Pada bab ini menjelaskan tentang strategi pemasaran pada produk tabungan iB Multiguna serta kendala-kendala dalam memasarkan produk tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.
- BAB V : Penutup, pada bab ini merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pemasaran Bank

##### 1. Pengertian Pemasaran Bank

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat.

Ada pun pengertian pemasaran menurut Philip Kotler adalah “Proses sosial dan manajerial dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.”<sup>8</sup>

Dari pengertian tersebut dapat diuraikan bahwa pemasaran merupakan usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen terhadap produk dan jasa. Untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka setiap perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, karena dengan melakukan riset pemasaran inilah dapat diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen yang sebenarnya.<sup>9</sup>

Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan. Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan

---

<sup>8</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005) cet. 2 hal. 61

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal. 61

kebutuhan dan keinginan nasabahnya akan terpenuhi. Pemasaran harus dikelola secara profesional, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan. Pengelolaan pemasaran bank yang profesional inilah disebut dengan manajemen pemasaran bank.

Secara umum pengertian pemasaran bank adalah: “suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan ngendalian dari kegiatan menghimpun dana, menyalurkan dana, dan jasa-jasa keuangan lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kepuasan nasabahnya.”<sup>10</sup>

Manajemen pemasaran terjadi ketika sekurang-kurangnya satu pihak calon pelaku pertukaran berpikir tentang sarana-sarana untuk memperoleh tanggapan yang diinginkan oleh pihak lain. Melihat manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, mempertahankan, dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan mengkomunikasikan, nilai pelanggan yang unggul.<sup>11</sup>

## 2. Strategi Pemasaran

Definisi Strategi Pemasaran Menurut *Philip Kotler* (2004, 81) : “Strategi Pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran.”<sup>12</sup>

Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai dasar tindakan yang mengarah pada kegiatan atau usaha pemasaran, dari suatu perusahaan, dalam kondisi persaingan dan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai

---

<sup>10</sup>*Ibid.*, hal. 63

<sup>11</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten, 2005) cet. 2, hal. 11

<sup>12</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten, 2004) hal. 81

tujuan yang diharapkan. Jadi dalam menetapkan strategi pemasaran yang akan dijalankan perusahaan haruslah terlebih dahulu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai posisinya di pasar. Dengan mengetahui keadaan dan situasi serta posisinya di pasar dapat ditentukan kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan.

### **3. Tujuan Pemasaran**

Dalam prakteknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam hal menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Secara umum tujuan pemasaran bank adalah untuk:

- a. Memaximumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaximumkan kepuasan konsumen melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaximumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaximumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.<sup>13</sup>

### **4. Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu dan memerlukan pelaksanaan manajemen pemasaran yang pada hakikatnya merupakan tindakan dan konsep pemasaran.

---

<sup>13</sup>Kasmir, *op.cit.*, hal. 67

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.<sup>14</sup>

Ada 5 konsep yang bersaing yang dijadikan sebagai pedoman oleh organisasi untuk melakukan kegiatan pemasaran yaitu:

a. Konsep Produksi

Konsep produksi adalah salah satu konsep bisnis tertua. Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan lebih menyukai produk yang tersedia secara luas dan murah.

b. Konsep Produk

Perusahaan-perusahaan lain dipandu oleh konsep produk, yang berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan fitur yang paling bermutu, berkinerja, atau inovatif.

c. Konsep Penjualan

Konsep penjualan berkeyakinan bahwa para konsumen dan perusahaan bisnis, jika dibiarkan, tidak akan secara teratur membeli cukup banyak produk yang ditawarkan oleh organisasi tertentu.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai sasaran organisasi adalah perusahaan harus menjadi lebih efektif dibandingkan para

---

<sup>14</sup>Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1999) cet 7, hal. 181



pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih.

e. Konsep Pemasaran Masyarakat

Konsep pemasaran masyarakat menegaskan bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing dengan cara yang tetap mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan konsumen.<sup>15</sup>

**5. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasarnya. McCarthy mengklasifikasikan alat-alat itu menjadi empat kelompok yang luas yang disebut dengan empat P pemasaran yaitu :

a. Produk (*product*)

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya apa pun wujudnya, selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.

Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Produk (*product*) meliputi:

- 1) Keragaman produk
- 2) Kualitas

---

<sup>15</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005) cet. 2 hal. 70

- 3) Design
- 4) Ciri
- 5) Nama merek
- 6) Kemasan
- 7) Ukuran
- 8) Pelayanan
- 9) Garansi
- 10) Imbalan

b. Harga (*price*)

Harga salah satu aspek penting dalam kegiatan marketing mix. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Bagi perbankan terutama bank yang berdasarkan prinsip konvensional, harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syari'ah adalah bagi hasil.

Harga (*price*) meliputi:

- 1) Daftar harga
- 2) Diskon
- 3) Potongan harga khusus
- 4) Periode pembayaran
- 5) Syarat kredit

c. Tempat/lokasi (*place*)

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisa akan berakibat meningkatnya biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat nasabah untuk berhubungan dengan bank.

Tempat (*place*) meliputi:

- 1) Saluran pemasaran
- 2) Cakupan pasar
- 3) Pengelompokkan
- 4) Lokasi
- 5) Persediaan
- 6) Transportasi

d. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga dan lokasi atau tempat. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.<sup>16</sup>

Promosi (*promotion*) meliputi:

---

<sup>16</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004) hal. 186-213

- 1) Promosi penjualan
- 2) Periklanan
- 3) Tenaga penjualan
- 4) Kehumasan/publik relation
- 5) Pemasaran langsung

e. Lingkungan fisik (*Physical Evidence*)

Lingkungan fisik merupakan hal yang nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

*Physical Evidence* meliputi:

- 1) Lingkungan atau bangunan fisik
- 2) Peralatan
- 3) Perlengkapan
- 4) Warna.

f. Orang (*people*)

*People* adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

People meliputi:

- 1) Pegawai perusahaan
- 2) Konsumen
- 3) Penampilan karyawan

g. Proses (*process*)

Proses adalah semua prosedur actual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan

faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.

## **B. Tabungan**

### **1. Pengertian Tabungan**

Tabungan merupakan jenis simpanan yang sangat populer di lapisan masyarakat umum, mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Pada awalnya menabung masih secara sederhana, menyimpan di dalam celengan dan disimpan di rumah, namun faktor resiko menyimpan uang di rumah begitu besar seperti resiko kehilangan dan kerusakan.

Menurut Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998, tabungan adalah simpanan masyarakat yang penarikannya dapat dilakukan oleh penabung sewaktu-waktu pada saat dikehendaki dan menurut syarat-syarat tertentu yang telah ditetapkan oleh bank penyelenggara. Tetapi penarikannya tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>17</sup>

Syarat-syarat yang dimaksud antara lain yaitu:

- a. Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi kantor bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut dan tidak dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro, dan surat perintah pembayaran lainnya yang sejenis.
- b. Penarikan tidak boleh melebihi jumlah tertentu sehingga menyebabkan saldo tabungan lebih kecil dari saldo minimum, kecuali penabung tidak akan melanjutkan tabungannya.

---

<sup>17</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Edisi Revisi, Cet. ke-7, h. 74

Pengertian penarikan hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, menarik uang yang disimpan di rekening tabungan antara satu bank lainnya berbeda, tergantung dari bank yang mengeluarkannya. Hal ini pula dengan perjanjian yang telah dibuat antara bank dengan si penabung.<sup>18</sup>

## 2. Jenis-jenis Tabungan

### a. Tabungan *wadi'ah*

#### 1) Pengertian tabungan *wadi'ah*

Tabungan *wadi'ah* merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *wadi'ah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.

#### 2) Jenis-jenis *wadi'ah*

##### a) *Wadi'ah yad amanah*

Yaitu akad titipan, diman penerima titipan (*custodian*) adalah pemegang amanah (*trustee*). Apabila terjadi resiko kerugian atau kerusakan dari barang yang dititipkan, maka penjaga jaminan mesti tidak mengganti rugi, kecuali sekiranya hal itu disebabkan kelalaian dari penerima titipan. Aset titipan dari setiap pemilik mesti harus dipisahkan dan aset ini tidak boleh dimanfaatkan.

##### b) *Wadi'ah yad adh dhamanah*

---

<sup>18</sup> Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Edisi Revisi, Cet. ke-3, h. 84

Yaitu akad titipan, dimana penerima titipan adalah sebagai pemegang amanah (*trustee*) sekaligus sebagai penjamin (*guarantor*) dari barang atau aset yang dititipkan. Oleh sebab itu, ia bertanggung jawab terhadap kerugian atau kerusakan yang terjadi pada aset tersebut. Dengan demikian aset yang dititipkan melalui prinsip ini membolehkan penerima titipan untuk memanfaatkan atau menggunakan untuk perniagaan selama aset tersebut masih dalam kekuasaannya.<sup>19</sup>

b. Tabungan *mudharabah*

1) Pengertian tabungan *mudharabah*

*Mudharabah* berasal dari kata *dharb*, artinya memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.<sup>20</sup> *Al-Mudharabah* adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerjasama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan *shahibul maal*, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha, disebut dengan *mudharib*. Bagi hasil dari usaha yang dikerjakannya dihitung sesuai dengan *nisbah* yang disepakati antara pihak-pihak yang bekerja sama.<sup>21</sup>

Selain itu, *Al-Mudharabah* merupakan akad kerja sama antara dua pihak, di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Apabila rugi, maka akan ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si pengelola.

---

<sup>19</sup> Hulwati, *Ekonomi Islam teori dan Perdagangan Obligasi Syari'ah di Pasar Modal Indonesia dan Malaysia*, (Ciputat : Ciputat Press Group), hal 107-108

<sup>20</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, (Jakarta: Tazkia Institute, 1999), hal. 135

<sup>21</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal.83

Apabila kerugian diakibatkan kelalaian pengelola, maka si pengelolalah yang bertanggung jawab.<sup>22</sup>

Dalam praktiknya *mudharabah* terbagi dalam dua jenis, yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *mudharabah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih, di mana pihak pertama sebagai pemberi dana (nasabah) dan pihak lainnya sebagai pengelola (bank). Dana tersebut akan dikelola oleh pihak pengelola dalam rangka memperoleh keuntungan, dan keuntungan yang didapatkan akan dibagikan dengan ketentuan yang telah disepakati di awal perjanjian atau akad. Dan kerugian akan ditanggung oleh pihak pengelola apabila terjadi suatu kelalaian dalam mengelola dana tersebut, begitu pula sebaliknya. Apabila kerugian diakibatkan oleh pemilik modal maka pemilik modal lah yang bertanggung jawab atas kerugian 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 perhitungan bagi hasil.<sup>23</sup>

## 2) Jenis-jenis *mudharabah*

### a) *Mudharabah muthlaqah*

---

<sup>22</sup>Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014) hal.170

<sup>23</sup> Karim A. Adiwarman, *Bank Islam dan Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hal 299-300



Yang dimaksud dengan *mudharabah muthlaqah* adalah bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh *spesifikasi* jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

*Mudharabah muthlaqah* merupakan akad perjanjian antara dua pihak yaitu *shahibul maal* dan *mudharib*, yang mana *shahibul maal* menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada *mudharib* untuk mengelola usahanya sesuai dengan prinsip syariah. *Shahibul maal* tidak memberikan batasan jenis usaha, waktu yang diperlukan, strategi pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan. *Shahibul maal* memberikan kewenangan yang sangat besar kepada *mudharib* untuk menjalankan aktivitas usahannya, asalkan sesuai dengan prinsip syariah Islam.<sup>24</sup>

Disebut *al-mudharabah al-muthlaqah* atau *mudharabah* yang mutlak tidak terbatas apabila *rabb-ul mal* menyerahkan sepenuhnya kepada pertimbangan *mudharib* untuk ke dalam bidang bisnis apa uang *rabb-ul mal* akan ditanamkan.<sup>25</sup> *Mudharabah muthlaqah* adalah akad *mudharabah* di mana *shahibul maal* memberikan kebebasan kepada pengelola dana (*mudharib*) dalam pengelolaan investasinya (PAPSI, 2003). *Mudharabah muthlaqah* dapat disebut dengan investasi dari pemilik dana kepada bank syariah, dan bukan merupakan kewajiban atau ekuitas bank syariah.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup>Ismail, *op.cit.*, hal.86

<sup>25</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya* (Jakarta : Kencana, 2014), hal. 296

<sup>26</sup>Ismail, *loc.cit.*,

Pada *mudharabah muthlaqah* pemodal tidak mensyaratkan kepada pengelola untuk melakukan jenis usaha tertentu. Jenis usaha yang akan dijalankan oleh *mudharib* secara mutlak diputuskan oleh *mudharib* yang dirasa sesuai sehingga disebut *mudharabah* tidak terikat atau tidak terbatas. Hal yang tidak boleh dilakukan oleh pengelola tanpa seizin pemodal antara lain meminjam modal, meminjamkan modal, dan me-*mudharabah*-kan lagi dengan orang lain.<sup>27</sup> *Mudharabah muthlaqah* biasa diaplikasikan dalam pendanaan, sedangkan *mudharabah muqayyadah* biasa diaplikasikan dalam pendanaan maupun pembiayaan.<sup>28</sup>

b) *Mudharabah muqayyadah*

*Mudharabah muqayyadah* atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah* atau *specified mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthlakah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha, waktu dan tempat usaha.<sup>29</sup>

3) Landasan Syariah tentang *Mudharabah*

Adiwarman A. Karim juga menjelaskan tentang *mudharabah* pada bukunya yang berjudul *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Disana menerangkan bahwa: *mudharabah* adalah akad yang dikenal oleh umat Muslim sejak zaman Nabi, bahkan telah dipraktikkan oleh bangsa Arab sebelum turunnya Islam. Ketika Nabi Muhammad SAW berprofesi sebagai pedagang, ia melakukan akad *mudharabah* dengan Khadijah. Dengan

---

<sup>27</sup>Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 65

<sup>28</sup>*Ibid.*, hal.67

<sup>29</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Ismani, 2001), hal 97.

demikian, ditinjau dari segi hukum Islam maka praktik *mudharabah* ini dibolehkan, baik menurut *Alquran*, *Sunnah* maupun *Ijma'*.<sup>30</sup>

Secara umum landasan syariah *al-mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dari *hadits* berikut ini :

عن صالح بن صهيب عن أبيه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم ثلاث فيهن البركة البيع إلي أجل والمقارضة وأخلاة البر باشعير للبيت لا للبيع

Artinya: “Nabi bersabda, ‘ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli secara tangguh, *muqaradhah* (*mudharabah*), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah tangganya bukan untuk dijual”. (HR. Ibnu Majah No. 2280, kitab Al-Tijarah).

Diriwayatkan dari Ibu Abbas, bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara *mudharabah* ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, maka yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah dan Rasulullah pun membolehkannya.” (H.R. Thabrani).

### 3. Tujuan dan Manfaat Tabungan

#### a. Tujuan Tabungan

- 1) Menaikkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah bank dengan memberikan kepercayaan kepada bank untuk mengelola dananya.

---

<sup>30</sup>Adiwarman A. Karim, *op.cit.*, hal. 204

- 2) Meningkatkan pelayanan kepada nasabah bank dalam hal ini nasabah tabungan dengan berbagai fasilitas transaksi yang bisa dilakukan seperti penyetoran, penarikan, pemindah bukuan dan pelayanan lainnya.
- 3) Mengantisipasi persaingan antar bank.
- 4) Dengan banyaknya produk tabungan yang ditawarkan oleh berbagai bank di Indonesia, maka diciptakan produk yang diharapkan dapat ikut bersaing dalam menghimpun dana masyarakat. Dengan menawarkan fasilitas *online*, kartu ATM, dan lain-lain. Fasilitas-fasilitas tersebut diharapkan dapat menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama agar tidak pindah ke bank lain.

b. Manfaat Tabungan

Manfaat tabungan bagi nasabah:

- 1) Terjamin keamanannya karena dengan menyimpan uang di bank keamanan akan uang terjamin.
- 2) Akan mendapatkan bunga atau bagi hasil dengan menyimpan uang di bank.
- 3) Dapat terhindar dari pemakaian uang secara terus-menerus.
- 4) Adanya kepastian saat penarikan uang, karena dapat dilakukan setiap saat dimana saja dan tidak dikenakan biaya administrasi dengan fasilitas ATM.

Manfaat tabungan bagi Bank:

- 1) Sebagai salah satu sumber dana bagi bank yang bersangkutan dan dapat digunakan sebagai penunjang operasional bank dalam memperoleh keuntungan atau laba.
- 2) Sebagai penunjang untuk menarik nasabah dalam rangka menggunakan fasilitas produk-produk lainnya.

- 3) Untuk membantu program pemerintah dalam rangka pertumbuhan ekonomi.
- 4) Meningkatkan kesadaran bagi masyarakat untuk menyimpan dananya di bank.

### **BAB III**

#### **GAMBARAN UMUM PT. BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG PEMBANTU UPI YPTK PADANG**

##### **A. Sejarah berdirinya PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**

PT. Bank Syariah Bukopin (selanjutnya disebut Perseroan) sebagai bank yang beroperasi dengan prinsip syariah yang bermula masuknya konsorsium PT. Bank Bukopin Tbk diakuisisinya PT. Bank Persyarikatan Indonesia (sebuah bank konvensional) oleh PT. Bank Bukopin Tbk, proses akuisisi tersebut berlangsung secara bertahap sejak 2005 hingga 2008.

PT. Bank Persyarikatan Indonesia yang sebelumnya bernama PT. Bank Swansarindo Internasional didirikan di Samarinda, Kalimantan Timur berdasarkan Akta Nomor 102 tanggal 29 Juli 1990 merupakan bank umum yang memperoleh Surat Keputusan Menteri Keuangan nomor 1.659/KMK.013/1990 tanggal 31 Desember 1990 tentang Pemberian Izin Peleburan Usaha 2 (dua) Bank Pasar dan Peningkatan Status Menjadi Bank Umum dengan nama PT. Bank Swansarindo Internasional yang memperoleh kegiatan operasi berdasarkan surat Bank Indonesia (BI) nomor 24/1/UPBD/PBD2/Smr tanggal 1 Mei 1991 tentang Pemberian Izin Usaha Bank Umum dan Pemindahan Kantor Bank.

Pada tahun 2001 sampai akhir 2002 proses akuisisi oleh Organisasi Muhammadiyah dan sekaligus perubahan nama PT. Bank Swansarindo Internasional menjadi PT. Bank Persyarikatan Indonesia yang memperoleh

persetujuan dari (BI) nomor 5/4/KEP. DGS/2003 tanggal 24 Januari 2003 yang dituangkan ke dalam akta nomor 109 Tanggal 31 Januari 2003. Dalam perkembangannya kemudian PT. Bank Persyarikatan Indonesia melalui tambahan modal dan asistensi oleh PT. Bank Bukopin Tbk.

Pada tahun 2008 setelah memperoleh izin kegiatan usaha bank umum yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia nomor 10/69/KEP.GBI/DpG/2008 tanggal 27 Oktober 2008 tentang Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Konvensional Menjadi Bank Syariah, dan Perubahan Nama PT. Bank Persyarikatan Indonesia Menjadi PT. Bank Syariah Bukopin dimana secara resmi mulai efektif beroperasi tanggal 9 Desember 2008, kegiatan operasional Perseroan secara resmi dibuka oleh Bapak M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2004 -2009.

Sampai dengan akhir Desember 2017 Perseroan ini memiliki jaringan kantor yaitu 1 (satu) Kantor Pusat dan Operasional, 11 (sebelas) Kantor Cabang, 8 (delapan) Kantor Cabang Pembantu, 4 (empat) Kantor Kas, 1 (satu) Unit Mobil Kas Keliling, dan 76 (tujuh puluh enam) Kantor Layanan Syariah, serta 27 (dua puluh tujuh) mesin ATM BSB dengan Jaringan Prima dan ATM Bank Bukopin.<sup>31</sup>

Hingga tahun 2018, telah terdaftar 8 (delapan) Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Bukopin yang terdiri dari :

---

<sup>31</sup>Bank SyariahBukopin, *SejarahBerdirinya Bank Syariah Bukopin*, <http://www.syariahbukopin.co.id/id/tentang-kami/profil-perusahaan>, (Padang: Kamis, 8 Februari 2018, Pukul 15.15 WIB)

1. Cabang Pembantu Kramat Jati
2. Cabang Pembantu Payakumbuh
3. Cabang Pembantu HR. Muhammad Surabaya
4. Cabang Pembantu UPI YPTK Padang
5. Cabang Pembantu Kelapa Gading Jakarta Utara
6. Cabang Pembantu Bekasi
7. Cabang Pembantu BSD Tangerang Selatan
8. Cabang Pembantu Tenggarong Kalimantan Timur<sup>32</sup>

**B. Visi, Misi dan Nilai Perusahaan PT. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**

1. Visi PT. Bank Syari'ah Bukopijn Cabang Pembantu UPI YPTK Padang  
“Menjadi Bank Syariah Pilihan dengan Pelayanan Terbaik”.
2. Misi PT. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang
  - a. Memberikan pelayanan terbaik pada nasabah.
  - b. Membentuk sumber daya insani yang profesional dan amanah.
  - c. Memfokuskan pengembangan usaha pada sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil & Menengah).
  - d. Meningkatkan nilai tambah kepada *stakeholder*.
3. Nilai Perusahaan PT. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang
  - a. Amanah (*trustworthy*).

---

<sup>32</sup>Bank Syariah Bukopin, Lokasi Kantor Bank Syariah Bukopin, <http://www.syariahbukopin.co.id/id/lokasi-kantor>, (Padang : Kamis, 8 Februari 2018, Pukul 14.30 WIB)



- b. Integritas (*responsibility*).
- c. Peduli (*caring*).
- d. Kerjasama (*teamwork*).
- e. Kualitas (*quality*).<sup>33</sup>

### **C. Struktur Organisasi PT. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**

KBBI memaparkan bahwa organisasi adalah kesatuan yang terbentuk karena penggabungan dari beberapa orang dalam suatu perkumpulan yang mempunyai tujuan tertentu; kelompok kerja sama antara orang-orang yang diadakan mencapai tujuan bersama.<sup>34</sup> Organisasi jika dilihat dari sudut tujuannya dikenal organisasi perusahaan (*business organization*) dan organisasi sosial (*public organization*). Organisasi perusahaan bertujuan untuk mendapatkan laba dan prinsip kegiatannya ekonomi rasional.<sup>35</sup>

Setiap perusahaan telah berdiri memiliki struktur organisasi untuk menentukan tingkatan perseorangan pada perusahaan dan juga menentukan pembagian kerja secara ringkas, begitu pula dengan lembaga keuangan seperti bank. Tak lain halnya dengan PT. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Berikut merupakan bagan dari struktur organisasi dari PT. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

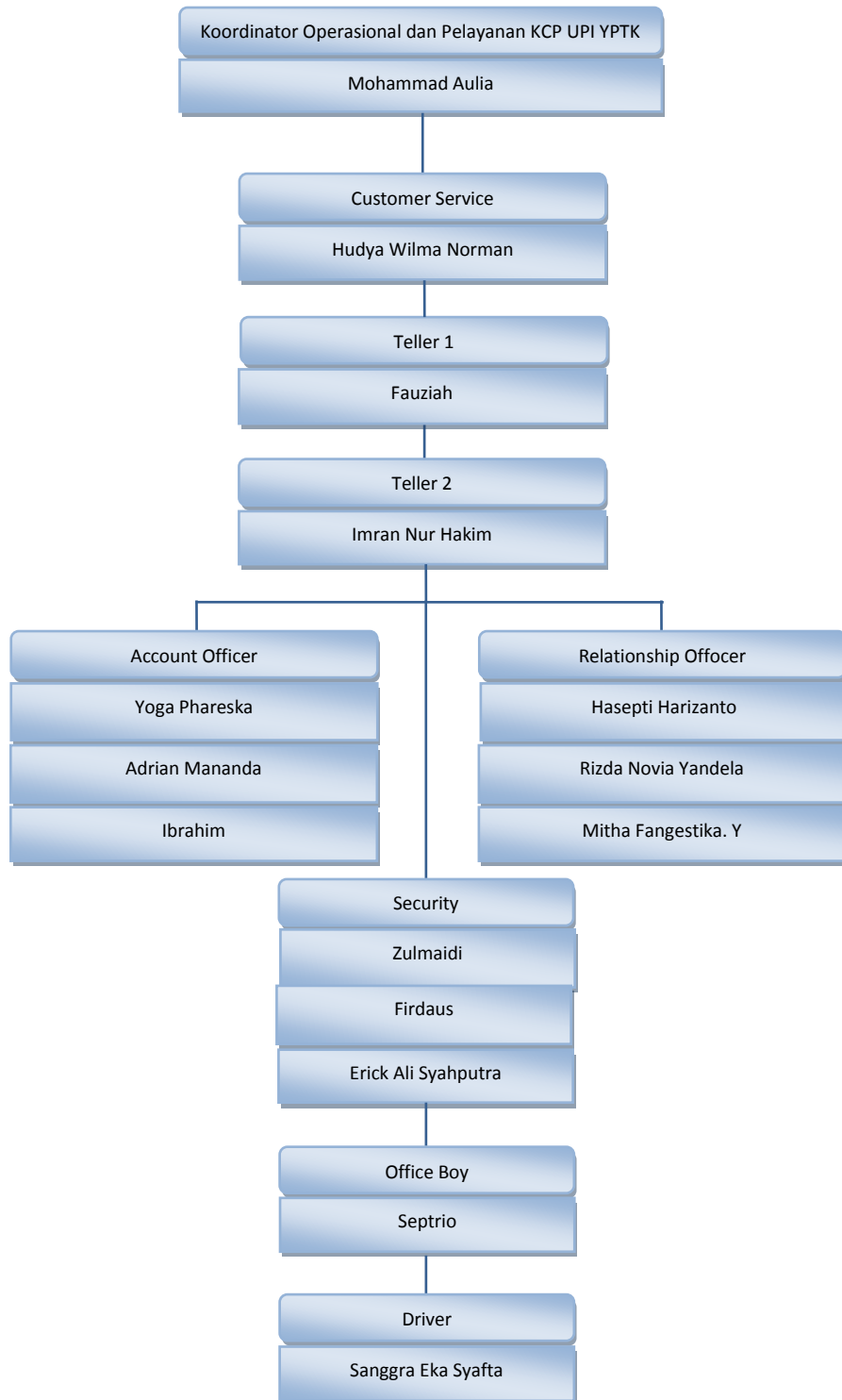
---

<sup>33</sup>Direksi BSB, *Laporan Tahunan Bank Syariah Bukopin 2014*. (Jakarta : PT. Bank Syariah Bukopin, 2014), h.1

<sup>34</sup>Indah Nur'aini, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Bogor : CV. Duta Grafika, 2010), h. 694

<sup>35</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2009), h.6

**Struktur Organisasi PT. Bank Syari'ah Bukopin Cabang PembantuUPI  
YPTK Padang**



Dari struktur organisasi di atas, dapat diketahui bahwasanya Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang memiliki beberapa tingkatan perseorangan sebagai berikut :<sup>36</sup>

#### 1. Koordinator Operasional dan Pelayanan (KOPEL)

Koordinator Operasional dan Pelayanan (KOPEL) Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang saat ini dijabat oleh Bapak Mohammad Aulia. KOPEL merupakan sebuah posisi yang cukup penting pada Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang karena fungsi dan tugas dari seorang KOPEL adalah memberikan persetujuan dan yang mengetahui seluruh transaksi yang terjadi di Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

#### 2. *Front Officer*

Dalam bagan *front officer* sendiri mempunyai beberapa bagian-bagian tersendiri dalam menjalankan tugas dan fungsi operasionalnya, diantaranya sebagai berikut :

##### a. *Customer Service*

*Customer Seivice* Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang saat ini bernama Hudya Wilma Norman. Tugas *Customer Service* diantaranya adalah memberikan informasi tentang produk-produk yang ada di bank, melayani pembukaan dan penutupan rekening nasabah, melaksanakan tugas lain yang ditunjuk atasan, memberikan saran produk yang tepat kepada nasabah, *headling*

---

<sup>36</sup><http://www.syariahbukopin.co.id/tentangkami/profil-perusahaan>, (Padang : Senin, 19 Februari 2018, Pukul 12.15)

*complaint* yaitu melayani segala bentuk komplain dari nasabah, melayani nasabah dalam hal pelayanan jasa-jasa produk bank seperti transfer, inkaso, pemindahbukuan antar rekening nasabah.

b. *Teller*

*Teller* Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang saat ini adalah Fauziah dan Imran Nur Hakim. Tugas dari *Teller* diantaranya adalah melakukan rekap termasuk diantaranya setoran kliring, inkaso, pemindahbukuan, menyelesaikan transaksi penerimaan dan pembayaran uang tunai untuk dan dari rekening nasabah, meliputi tabungan, pengiriman atau transfer, pencairan dana/giro/cek, melayani penjualan dan pembelian valuta asing dari dan oleh nasabah, menjaga hubungan baik dengan nasabah termasuk perilaku baik terhadap semua nasabah, memastikan pencapaian target bulanan *Teller*.

3. Manajer Bisnis

Manajer Bisnis atau dalam divisi marketing dalam operasionalnya terbagi menjadi dua bagian yaitu *Account Officer* (AO) dan *Relationship Officer* (RO).

a. *Account Officer*

*Account Officer* Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang saat ini adalah Yoga Phareska, Adrian Mananda, dan Ibrahim. Tugas dari *Account Officer* (AO) yang pertama diantaranya yaitu mencari nasabah, yang kedua yaitu Analisis nasabah meliputi sumber yang dianalisa diantaranya: Daftar riwayat hidup calon

debitur, reputasi dalam lingkungan usaha, bank *information* dan *trade checking (buyer/seller)*. Kemudian tugas yang ketiga yaitu menjaga hubungan baik dengan nasabah sampai pelunasan pembiayaan, dan tugas yang terakhir yaitu analisa kemampuan nasabah dalam membayar.

b. *Relationship Officer*

*Relationship Officer* Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPIYPTK Padang saat ini adalah Hasepti Harizanto, Rizda Novia Yandela dan Mitha Fangestika Y. Tugas dari *Relationship Officer (RO)* diantaranya yang pertama memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri. Tugas kedua yaitu untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau menyimpannya ke bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri, berupa simpanan tabungan dan simpanan deposito.<sup>37</sup>

4. Karyawan

Karyawan adalah penjual jasa (pikiran dan tenaganya) dan mendapatkan kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. Mereka wajib dan terikat untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan berhak memperoleh kompensasi sesuai dengan perjanjian.<sup>38</sup> Pada Bank

---

<sup>37</sup>Mohammad Aulia, *Koordinator Operasional dan Pelayanan*, Wawancara, (Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang, Rabu : 8 Februari 2018, pukul 14.44 WIB)

<sup>38</sup>Malayu S.P Hasibuan, *op.cit.*, h.12

Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang karyawan yang dimaksud terdiri dari *Security, Office Boy dan Driver*. Dimana *Security* ada tiga orang yaitu Zulmaidi, Firdaus dan Erick Ali Syahputra, kemudian *OfficeBoy* adalah Septrio dan Driver adalah Sanggra Eka Safta.<sup>39</sup>

#### **D. Produk-produk PT.Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**

Dalam melakukan operasional, Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang melaksanakan kegiatan penghimpunan dana, pembiayaan, jasa dan jasa lainnya, yang akan diperjelas sebagai berikut :<sup>40</sup>

##### 1. Produk Penghimpun Dana

Penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur.

##### a. Tabungan iB SiAga

Simpanan pada Bank Syari'ah Bukopin untuk perorangan dalam bentuk mata uang Rupiah yang penarikannya dapat dilakukan secara sewaktu-waktu dengan cara tertentu yang telah dipersyaratkan. Akad yang digunakan adalah *wadi'ah yad dhamanah*, yang berarti *mustawda* (Bank) dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan

---

<sup>39</sup> Mohammad Aulia, *Loc.cit*, (Rabu, 8 Februari 2018 pukul : 12.30 WIB)

<sup>40</sup>Bank syariah bukopin, <http://www.syariahbukopin.co.id/id/produk> dan jasa. (padang : Senin, 19 Februari 2018, pukul 12.54)

serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh *muwwadi* (nasabah).

Manfaat :

- 1) Keamanan dana terjamin.
- 2) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan sesuai dengan kebijakan pembiayaan dan referensi Bank.
- 3) Dapat ditarik atau disetor di seluruh kantor Bank Syariah Bukopin.
- 4) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 5) Mendapatkan kartu ATM.
- 6) Bank dapat memberikan bonus, namun tidak diperjanjikan di awal.
- 7) Perlindungan asuransi secara gratis untuk nasabah dengan saldo rata-rata akhir bulan minimal Rp.1.000.000,- (satu juta rupiah) dengan beberapa ketentuan tertentu.

b. Tabungan iB Multiguna

Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah muthlaqah*, dimana Bank (*mudharib*) diberikan kuasa penuh oleh nasabah (*shahibul maal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan/batasan dan Bank wajib memberitahukan kepada nasabah mengenai *nisbah* (bagi hasil) keuntungan yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

Manfaat :

- 1) Kepastian dana untuk pendidikan anak sesuai rencana.
- 2) Investasi untuk kebutuhan multiguna dan masa depan.
- 3) Sarana investasi dengan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif.
- 4) Meningkatkan kedisiplinan penabung untuk menabung.

Syarat dan Ketentuan :

- 1) Pilihan manfaat untuk Pendidikan dan Multiguna.
- 2) Diperuntukan bagi perorangan.
- 3) Setoran bulanan : Rp.100.000,-sampai Rp.5.000.000,-
- 4) Jangka waktu kontrak : 1-18 tahun.
- 5) Bebas biaya administrasi bulanan dan bebas biaya premi asuransi.
- 6) Wajib memiliki Tabungan iB atau Giro iB.
- 7) Pencairan dana pendidikan dapat dilakukan secara bertahap sesuai dengan jenjang pendidikan minimal setelah 3 tahun menabung.
- 8) Pencairan dana multiguna hanya dapat dilakukan diakhir kontrak.

c. Tabungan iB Pendidikan

Jenis tabungan berjangka dengan potensi bagi hasil yang kompetitif guna memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa gratis. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah muthlaqah*, di mana Bank (*mudharib*) diberikan kuasa penuh oleh nasabah (*shahibul maal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan/batasan dan Bank wajib



memberitahukan kepada nasabah mengenai *nisbah* (bagi hasil) keuntungan yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

Manfaat :

- 1) Kepastian dana untuk pendidikan anak sesuai rencana.
- 2) Investasi untuk kebutuhan multiguna dan masa depan.
- 3) Sarana investasi dengan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif.
- 4) Meningkatkan kedisiplinan Penabung untuk menabung.

d. Tabungan iB SiAga Bisnis

Simpanan yang diperuntukan bagi perorangan dan badan usaha, yang penarikannya dapat dilakukan sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang telah disepakati dan tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau media lainnya yang dipersamakan dengan itu. Akad yang digunakan adalah *Mudharabah Muthlaqah*, yang berarti Bank (*mudharib*) diberikan kuasa penuh oleh penabung (*shahibul maal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan/batasan dan Bank (*mudharib*) wajib memberitahukan kepada penabung (*shahibul maal*) mengenai *nisbah* (porsi) bagi hasil yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akad.

Syarat dan Ketentuan :

- 1) Kriteria Badan Usaha (Non Badan Hukum): CV, Fa, Asosiasi/ Himpunan/ Ikatan Perkumpulan yang berbasis pada usaha bisnis.
  - 2) Kriteria Badan Usaha (Badan Hukum): PT, Koperasi, Yayasan.
  - 3) Setoran awal sebesar Rp.1.000.000,-
  - 4) Setoran selanjutnya :
    - a) Perorangan : tanpa batas minimal.
    - b) Badan Usaha : minimal Rp.100.000,-
  - 5) Saldo minimal sebesar Rp.1.000.000,-
  - 6) Biaya administrasi sebesar Rp.10.000,- /bulan.
  - 7) Biaya administrasi untuk saldo di bawah saldo minimal :
    - a) Perorangan : Rp.10.000,- /bulan.
    - b) Badan Usaha : Rp.20.000,-/bulan.
  - 8) Penarikan di atas Rp.100.000.000,- harus dengan konfirmasi (H-1).
- e. TabunganKu iB

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Akad yang digunakan adalah akad *wadi'ah yad dhamanah*, yang berarti bank dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh nasabah.

Syarat dan Ketentuan :

- 1) Diperuntukan bagi nasabah perorangan.

- 2) Usia  $\geq$  17 tahun : Fotocopy KTP/SIM/Paspor.
- 3) Mengisi formulir kartu ATM.
- 4) Pelajar usia  $<$  17 tahun : Fotocopy kartu pelajar/surat keterangan sekolah disertai dokumen identitas dan surat persetujuan orang tua atau wali.
- 5) Setoran Awal : Rp.20.000,-
- 6) Setoran berikutnya minimal : Rp.10.000,-
- 7) Saldo minimum : Rp.20.000,-
- 8) Penarikan melalui *teller*: minimal Rp.100.000,- maks Rp.100.000.000,- / hari (dengan konfirmasi).
- 9) Penarikan melalui ATM : maks Rp.10.000.000,- / hari.
- 10) Pemindahbukuan di ATM : maks Rp.25.000.000,- / hari.

f. Deposito iB

Jenis simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara deposan dengan pihak bank. Akad yang digunakan adalah akad *mudharabah muthlaqah*, di mana Bank (*mudharib*) diberikan kuasa penuh oleh nasabah (*shahibul maal*) untuk menggunakan dana tersebut tanpa larangan/batasan dan *mudharib* (Bank) wajib memberitahukan kepada *shahibul maal* (nasabah) mengenai *nisbah* (bagi hasil) keuntungan yang diperoleh dan risiko yang timbul serta ketentuan penarikan dana sesuai dengan akadnya.

Syarat dan Ketentuan :

- 1) Diperuntukan bagi perorangan dan badan usaha.
- 2) Mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening Deposito iB.
- 3) Menyerahkan fotokopi Kartu Identitas Diri (KTP/SIM/Paspor).
- 4) Khusus badan hukum, menyerahkan fotokopi dokumen yang terkait dengan identitas usaha : SIUP, NPWP, Akta pendirian, Ijin usaha, dll.
- 5) Nominal minimum : Rp.1.000.000,-
- 6) Administrasi bulanan : Tidak ada.
- 7) Pajak bagi hasil : 20%.
- 8) Denda/pinalti pencairan sebelum jatuh tempo.
  - a) Nominal s/d Rp.100.000.000,- : Rp.25.000,-
  - b) Nominal Rp.100.000.000,- s/d Rp.1 M : Rp.50.000,-
  - c) Nominal > Rp.1M : Rp.100.000,-

g. Giro iB

Simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek atau sarana perintah pembayaran lainnya atau melalui pemindah bukuan lainnya. Akad yang digunakan adalah akad *Wadi'ah yad dhamanah* yaitu berarti *mustawda* (bank) dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh *muwwadi* (nasabah).

Syarat dan Ketentuan :

- 1) Diperuntukan bagi perorangan dan badan usaha.

- 2) Mengisi Aplikasi Pembukaan Rekening Giro iB.
- 3) Menyerahkan fotokopi Kartu Identitas Diri (KTP/SIM/Paspor).
- 4) Khusus badan hukum, menyerahkan fotokopi dokumen yang terkait dengan identitas usaha : SIUP, NPWP, Akta pendirian, Ijin usaha, dll.
- 5) Setoran awal dan saldo minimal :
  - a. Perorangan & Koperasi Rp.1.000.000,-
  - b. Yayasan & Perusahaan Rp.2.000.000,-
- 6) Maksimal Penarikan: Setara *equivalen* Rp.100.000.000,-/hari (konfirmasi).

## 2. Produk Pembiayaan

Pembiayaan yaitu pendanaan yang diberikan suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

### a. Pembiayaan *Murabahah*

Pembiayaan *murabahah* adalah akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual belikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba atau keuntungan dalam jumlah tertentu. Akad yang digunakan adalah *murabahah*, yaitu akad jual-beli antara bank dan nasabah. Bank akan melakukan pembelian atau

pemesanan barang sesuai permintaan nasabah kemudian menjualnya kepada nasabah sebesar harga beli ditambah keuntungan bank yang disepakati.

Manfaat :

- 1) Dapat digunakan untuk memenuhi usaha modal kerja, investasi atau konsumtif (misalnya, kendaraan bermotor, rumah, dll)
- 2) Angsuran tetap selama masa perjanjian.

Ketentuan :

- 1) Perorangan dan badan usaha
- 2) Uang muka minimal 20% dari harga beli barang
- 3) Harga jual kepada nasabah adalah harga beli tambah margin
- 4) Jangka waktu pembiayaan maksimal 10 tahun

b. *Pembiayaan Mudharabah*

Adalah kerjasama antara pemilik modal dan pengelola untuk suatu usaha tertentu dengan kesepakatan bagi hasil. Akad yang digunakan adalah *mudharabah*, yaitu kerjasama antara bank dengan nasabah, dimana pihak bank menyediakan seluruh modal dan nasabah sebagai pengelola dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati.

Manfaat :

- 1) Usaha 100% dibiayai oleh bank.
- 2) Dapat digunakan untuk pembiayaan modal kerja usaha.

- 3) Sistem bagi hasil sesuai hasil proyek/usaha.
- 4) Pembayaran dapat dilakukan sesuai dengan *cash-flow*.

Ketentuan :

- 1) Diperuntukan bagi perorangan dan badan usaha.
- 2) Jangka waktu sesuai penyelesaian proyek.
- 3) Nilai guna agunan 125% dari plafond pembiayaan.

c. Pembiayaan iB Kepemilikan Mobil

Merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan mobil yang menggunakan akad *murabahah*, yaitu jual beli barang sebesar harga perolehan ditambah dengan margin yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad yang digunakan adalah *murabahah*, yaitu jual beli dengan harga pokok dengan margin keuntungan yang disepakati.

- 1) *Plafond* dari Rp.50.000.000,- s/d 1 Milyar.
- 2) Jangka waktu :
  - a) Mobil Baru = maks. 5 tahun.
  - b) Mobil Lama = maks. 3 tahun (usia mobil s/d pembiayaan lunas adalah 8 tahun).
- 3) Pelunasan sebelum jatuh tempo tidak dikenakan denda/pinalti.
- 4) Perlindungan asuransi (*all risk*).

Syarat dan Ketentuan :

- 1) WNI berusia minimal 21 tahun atau sudah menikah, dan maksimal 60 tahun pada saat pembiayaan lunas.

- 2) Mengisi formulir pembiayaan kepemilikan mobil
- 3) Melengkapi dokumen yang disyaratkan
- 4) Dokumen yang diperlukan

d. Pembiayaan iB Kepemilikan Rumah

Adalah pembiayaan yang diberikan bank untuk pembelian atau renovasi rumah tinggal, pembelian rumah susun/apartemen, rumah toko dan/atau rumah kantor. Akad yang digunakan adalah *murabahah*, yaitu jual beli dengan harga pokok dengan margin keuntungan yang disepakati.

Manfaat :

- 1) Membantu masyarakat untuk memiliki properti dan membangun / merenovasi properti yang dimiliki.
- 2) Persyaratan mudah dan proses cepat.
- 3) Angsuran tetap selama jangka waktu pembiayaan.
- 4) Uang muka relatif ringan.
- 5) Bebas menentukan pilihan lokasi.
- 6) Angsuran dapat disesuaikan dengan pendapatan.
- 7) Margin kompetitif.

e. Pembiayaan iB K3A



Pembiayaan yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin kepada Koperasi Karyawan (kopkar), Koperasi Pegawai, Koperasi Pegawai Negeri (KPN) atau koperasi sejenis lainnya yang diteruskan kepada anggotanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Akad yang digunakan adalah *murabahah*, yaitu jual beli dengan harga pokok dengan margin keuntungan yang disepakati.

**Manfaat:**

Membantu penyediaan dana bagi koperasi untuk memenuhi kebutuhan produk yang akan dikonsumsi atau kebutuhan investasi oleh anggota.

3. Produk Jasa

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (intangible) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

a. *CashManagement*

Layanan perbankan elektronik yang memudahkan nasabah dalam melakukan akses *inquiry* saldo dan transaksi secara *Real Time On-Line* melalui terminal komputer dari lokasi usaha masing-masing sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif, efisien dan tersentralisasi.

Manfaat :

1) *Real time online*.

- 2) Mengetahui saldo simpanan setiap saat.
- 3) Mencetak rekening koran kapanpun.
- 4) Transfer (RTGS & LLG) langsung tanpa harus datang ke bank.
- 5) Dioperasikan di sistem operasi windows.
- 6) Multi user, kewenangan user ditentukan nasabah.
- 7) Data dapat di *download* dalam bentuk text, lotus, dan database.

Biaya-biaya :

- 1) Rp.350.000,- / bulan, untuk mendapatkan fasilitas Syariah Bukopin Cash Management (bonus aplikasi *payroll* gratis).
- 2) Rp.2.000,-/ transaksi, sebagai biaya tambahan penggunaan fitur *virtual Account*.

b. Kartu ATM BSB

Fasilitas layanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan perangkat mesin ATM (*Automated Teller Machine*) yang dimiliki atau ditunjuk oleh Bank Syariah Bukopin.

Manfaat :

- 1) Penarikan tunai dengan cepat.
- 2) Praktis dan aman.
- 3) Bebas antri.
- 4) Dapat dilakukan kapan dan dimana saja.

- 5) Fasilitas untuk membayar berbagai jenis tagihan.
- 6) Dapat digunakan untuk berbelanja di mesin EDC Berlogo Prima/BCA.
- 7) Bebas biaya administrasi bulan.

Syarat dan Ketentuan :

- 1) Diperuntukan bagi perorangan.
- 2) Memiliki tabungan iB SiAga Bank Syariah Bukopin.
- 3) Mengisi formulir kartu ATM.
- 4) Gratis administrasi bulanan.

Biaya-biaya :

- 1) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 2) Biaya transaksi di ATM Bank Syariah Bukopin
  - a) Inquiry saldo Rp.0,-
  - b) Penarikan tunai Rp.0,-

#### 4. Produk Jasa Lainnya

##### a. Kliring

Produk jasa yang disediakan untuk menjembatani tukar-menukar surat berharga (cek, bilyet giro, warkat) yang diterbitkan perbankan antara bank-bank yang menjadi anggota kliring, dimana anggota kliring tersebut ditentukan oleh Bank Indonesia.

Ketentuan :

- 1) Mengisi formulir permohonan/slip.

- 2) Warkat yang dapat dikliringkan: cek, bilyet giro serta warkat kredit dan debet dengan format standar yang telah ditentukan Bank Indonesia.
- 3) Biaya administrasi bilyet kliring dan tolakan kliring: dikenakan kepada nasabah sesuai dengan ketentuan bank.

b. Transfer

Produk jasa yang disediakan Bank Syariah Bukopin untuk memindahkan sejumlah dana atas perintah si pemberi amanat dari Kantor Cabang Bank Syariah Bukopin kepada penerima transfer pada bank lain atau pemindahan dana dari bank lain untuk nasabah Bank Syariah Bukopin sebagai penerima.

Persyaratan dan Ketentuan :

- 1) Mengisi formulir permohonan/slip.
- 2) Transfer berupa mata uang Rupiah.
- 3) Transfer yang dikirim harus memberikan informasi yang jelas seperti jumlah dana yang ditransfer, orang yang berhak menerima beserta alamatnya, cara pembayaran atas transfer ini dan hal-hal yang dirasa perlu untuk diberitahukan.
- 4) Biaya transfer untuk nasabah dan non nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c. RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

Adalah suatu sistem transfer dana dalam mata uang Rupiah yang penyelesaiannya dilakukan secara *online* antar peserta per transaksi

secara individual, dimana sistem BI-RTGS diselenggarakan Bank Indonesia.

Peserta :

- 1) Seluruh bank dan pihak selain bank, yang dibedakan menjadi peserta langsung dan peserta tidak langsung.
- 2) Peserta langsung adalah peserta yang dapat melakukan transaksi RTGS terminal milik peserta, sedangkan peserta tidak langsung pelaksanaannya dilakukan oleh BI menggunakan RTGS terminal milik BI.

Manfaat :

- 1) Pengiriman dana lebih cepat, dapat diterima pada hari yang sama.
- 2) Pengiriman dana lebih aman, dengan jaminan keamanan sistem penyelenggaraan.

#### d. *PaymentPoint*

Fasilitas jasa perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk melakukan pembayaran atas tagihan-tagihan yang bersifat rutin.

Fitur :

- 1) Pembayaran tagihan listrik (PLN).
- 2) Pembayaran tagihan air (Aetra).
- 3) Pembayaran tagihan jasa telepon (Telkom).<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup>Bank Syariah Bukopin, *Produk BSB*, <http://www.syariahbukopin.co.id/id/produk-dan-jasa-bsb>. (Padang : Kamis, 8 April 2018, Pukul : 13.41 WIB)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN ANALISA**

#### **A. Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang**

Strategi pemasaran yang ada di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang dengan menggunakan strategi *profit sharing* yaitu perhitungan bagi hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Adapun strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yaitu melalui:

##### **1. Strategi Produk (*Product*)**

Produk yang diinginkan nasabah adalah produk yang berkualitas tinggi, sehingga bank dituntut agar memodifikasi produk yang sudah ada menjadi lebih menarik. Dalam hal ini Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang telah melakukan berbagai strategi produk agar memiliki keunggulan yang lebih jika dibandingkan dengan produk pesaing. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang telah menciptakan sendiri produk tabungan seperti Tabungan iB SiAga, Tabungan iB SiAga Bisnis, Tabungan iB Multiguna, Tabungan iB Pendidikan, TabunganKu iB, Deposito iB, dan Giro iB. Ini bertujuan untuk memuaskan keinginan penabungnya sehingga penabung tersebut merasakan manfaat dan keuntungan jika memakai produk tersebut.

## 2. Strategi Harga (*Price*)

Dalam hal harga produk tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang dibandingkan dengan bank syariah lain, contohnya Bank Rakyat Indonesia Syariah harga yang ditawarkan Bank Syariah Bukopin lebih rendah dari Bank Rakyat Indonesia Syariah, dimana harga yang ditawarkan Bank Syariah Bukopin sebesar Rp 100.000 untuk setoran awal. Maka tak heran jika dalam pemasaran produk ini dilihat dari segi harga lebih unggul sehingga menarik perhatian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang memiliki tabungan iB Multiguna.

## 3. Strategi Tempat (*Place*)

Lokasi bank yang strategis ditujukan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Dalam hal ini penentuan lokasi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yaitu melalui kantor-kantor pelayanan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang baik itu kantor pusat, kantor pelayanan kas, maupun melalui mobil yang ada di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.

Hal ini bertujuan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada dan bank juga melihat adanya prospek yang potensial yaitu masyarakat yang berada disekitar lokasi tersebut. Sehingga dapat menarik minat calon nasabah yang baru atau dapat mempertahankan nasabah yang sudah ada sekarang ini.

#### 4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru. Adapun bentuk promosi yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang dalam usaha memperkenalkan produk kepada masyarakat adalah:

##### a) Periklanan (*Advetising*)

Periklanan yang telah dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah dengan menayangkan iklannya melalui surat kabar, pemasangan spanduk, dan pemberian brosur-brosur kepada masyarakat.

##### b) Kegiatan Promosi Penjualan

Promosi penjualan langsung dilaksanakan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang kepada masyarakat merasa tertarik untuk menabung di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Misalnya dengan memberikan pelayanan yang ramah kepada nasabah atau memberikan sumbangan-sumbangan atas kegiatan yang dikoordinir oleh pemerintah daerah.

##### c) Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi (*Personal Selling*) dilakukan oleh SDM pihak Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang. Penjualan pribadi ini dapat dilakukan dengan cara bertatap muka dan



berdialog dengan calon nasabah, untuk menjelaskan langsung tentang ciri-ciri, karakteristik dan manfaat tabungan iB Multiguna.<sup>42</sup>

Strategi yang digunakan untuk memasarkan semua produk yang ada di bank syariah bukopin cabang pembantu UPI YPTK Padang yaitu dengan cara yang sama yaitu melalui direct selling atau menjual langsung, melalui media cetak seperti brosur dan spanduk dan juga open table dan kegiatan promo lainnya dan melalui referensi anggota/karyawan eksis di bank syariah bukopin cabang pembantu UPI YPTK Padang.

#### 5. Strategi *People*

Dalam hal ini Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang menerapkan dengan cara menyeleksi secara ketat penerimaan karyawan barunya dengan syarat:

- a) Pimpinan berijazah minimal tamatan S1 Manajemen
- b) *Teller* berijazah minimal tamatan S1 Akuntansi
- c) Karyawan berijazah minimal tamatan DIII sederajat
- d) *Costumer service* minimal tamatan DIII sederajat
- e) *Cleaning Service* dan Satpam minimal tamatan berijazah SLTA sederajat.

Dengan memberlakukan persyaratan tersebut nantinya diharapkan yang bekerja disana adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan profesional dibidangnya.

---

<sup>42</sup>Y, Mitha Fangestika, Relationship Officer, Wawancara, Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang, Kamis, 8 Januari 2018, Pukul 14.42

## 6. Strategi *Process*

Dalam proses ini Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang membuat prosedur dan mekanisme layanan secara sederhana dan tidak berbelit-belit sehingga nasabah tidak membutuhkan waktu yang panjang dalam melalui proses layanan tersebut baik dalam hal pengembalian dana simpanan maupun dalam hal penyimpanan dana simpanan tersebut, termasuk dalam proses menabung.

## 7. Strategi *Physical Evidence*

Strategi pemasaran *physical evidence* yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yaitu dengan menggunakan media fisik yang bisa dilihat atau dibaca orang. Adapun caranya yaitu melalui membuat brosur, spanduk, dan kartu nama.

### **B. Kendala-Kendala dalam melakukan Pemasaran Produk Tabungan iB Multiguna oleh PT.Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.**

Adapun kendala-kendala yang dihadapi karyawan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang dalam memasarkan produk tabungan iB Multiguna adalah sebagai berikut :

1. Kendala dalam memasarkan produk tabungan iB Multiguna adalah ketatnya persaingan dengan produk dari lembaga jasa dan keuangan lainnya. Dan masih rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya tabungan iB Multiguna untuk masa depan yang lebih baik.

2. Kendala dalam sarana transportasi dan komunikasi yang belum lengkap dibanding luas wilayah karena daerah yang jauh dari jangkauan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang.
3. Kendala dalam strategi memasarkan produk tabungan iB Multiguna berdasarkan hasil wawancara dengan marketer bahwa kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah :

*a. Open Table*

Kendala *open table* yaitu seperti membuka stand disuatu tempat membutuhkan biaya operasional yang tinggi.

*b. Personal Selling*

Pemasaran produk simpanan tabungan iB Multiguna dalam bentuk promosi *personal selling* ini terkendala dalam hal keterbatasan tenaga (personal) dan waktu yang ada untuk menemui secara langsung calon-calon nasabah dalam rangka menerangkan keunggulan tabungan iB Multiguna.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan “Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang”, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwasanya, strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak *marketing* Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang pada produk Tabungan iB Multiguna melalui:

##### 1. *Product* (Produk)

Prinsip produk tabungan iB Multiguna yang dipakai oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah prinsip *tabungan mudharabah mutlaqah* yaitu bentuk kerjasama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis.

##### 2. *Price* (Harga)

Dalam penetapan harga/biaya dari produk tabungan iB Multiguna ini pihak PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang menetapkan harga berdasarkan *Bagi Hasil* yang diberikan kepada nasabah.

##### 3. *Place* (Tempat)

Dalam pemasaran tabungan iB Multiguna saluran pemasaran yang dipakai oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang adalah saluran distribusi langsung (*direct sales*) atau *door to door*,

*Marketer* langsung memasarkan produknya kepada nasabah yang menginginkan tabungan iB Multiguna.

#### 4. *Promotion* (Promosi)

*Marketing* Bank Syariah Bukopin telah melakukan berbagai macam promosi untuk meningkatkan jumlah Tabungan iB Multiguna yaitu melalui Periklanan (*Advetising*), Kegiatan Promosi Penjualan, dan Penjualan Pribadi (*Personal Selling*).

#### 5. *People*

Dengan memberlakukan persyaratan yang telah ditentukan, diharapkan yang bekerja disana adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan professional dibidangnya.

#### 6. *Process*

Dalam proses ini Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang membuat prosedur dan mekanisme layanan secara sederhana dan tidak berbelit-belit sehingga nasabah tidak membutuhkan waktu yang panjang dalam melalui proses layanan

#### 7. *Physical Evidence*

Strategi pemasaran *physical evidence* yang dilakukan Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang yaitu dengan menggunakan media fisik yang bisa dilihat atau dibaca orang. Adapun caranya yaitu melalui membuat brosur, spanduk, dan kartu nama.

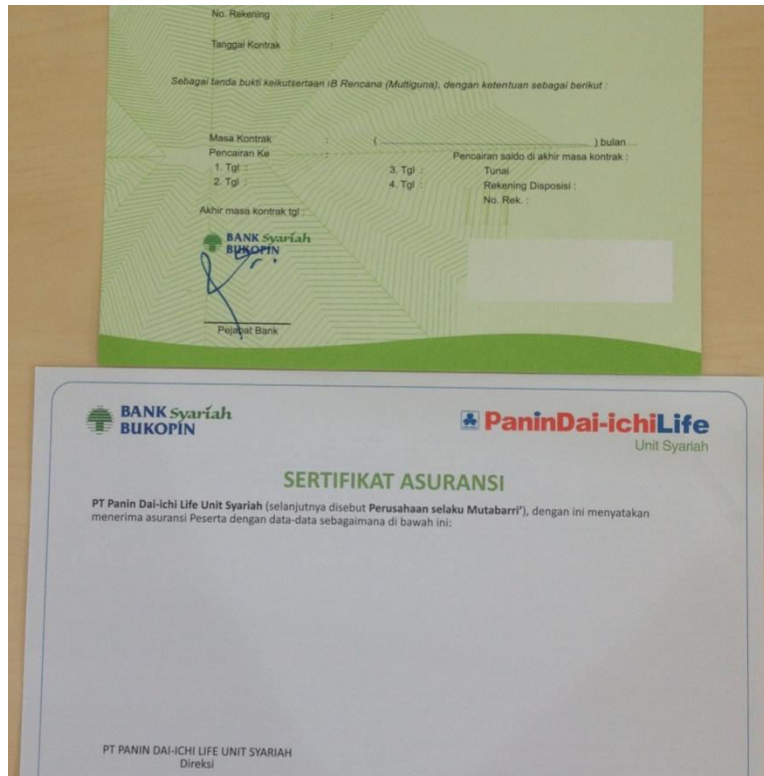
## B. Saran

Berdasarkan pembahasan dari kesimpulan sebelumnya, penulis menyarankan agar:

1. Dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) diharapkan PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang di masa akan datang lebih meningkatkan kualitas baik dari segi produk, tempat/lokasi, harga dan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang dalam menawarkan produk-produk tabungannya.
2. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang seharusnya melakukan inovasi upaya yang lebih menarik dalam memasarkan produk Tabungan iB Multiguna.
3. Bank Syari'ah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang seharusnya memperluas kerjasama dengan instansi yang ada di kota padang seperti instansi pendidikan yang terdiri dari sekolah-sekolah dan kampus yang ada di kota Padang, contohnya kampus yang berdiri dibawah naungan Kemeterian Agama yang sudah tentunya memahami prinsip syariah.
4. Ada baiknya Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan khususnya pada karyawan *relationship officer* agar lebih bisa meyakinkan calon nasabah untuk menanamkan sebagian dananya untuk di investasikan pada Tabungan iB Multiguna di Bank Syariah Bukopin Cabang Pembantu UPI YPTK Padang saat melakukan promosi.

## LAMPIRAN

1. Foto Sertifikat Tabungan iB Rencana Bank Syariah Bukopin (Multiguna) dan Sertifikat Asuransi PaninDai-ichiLife



2. Buku Tabungan iB Rencana (Multiguna)



