

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian merupakan suatu sisi kehidupan yang tidak terpisahkan dari dimensi kehidupan umat manusia. Saat ini, dalam menjalankan perekonomian sebuah negara pasti tidak akan lepas dengan lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan kemudian menyalurkannya dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat yang biasa disebut dengan bank.

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit (pembiayaan) dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.<sup>1</sup>

*Secara umum bank adalah “banks create money when they make loans; money vanishes when bank loans are repaid. New money is created when banks buy government bonds from the public; money disappears when bank sell government bonds to the public. Banks balance profitability and safety in determining their mix of earning assets and highly liquid assets. Banks borrow and lend temporary excess reserves on an overnight basis in the Federal funds market; the interest rate on the these loans is the Federal funds rate”.*<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), cet ke-7, h. 25.

<sup>2</sup> Campbell R. McConnell, *Economics: Principles, Problems, and Policies*, (United States: Von Hoffmann Press, 2002), h. 274.

Di Indonesia lembaga perbankan mempunyai peranan yang penting dalam lembaga ekonomi. Begitu pentingnya dunia perbankan ini, maka ada anggapan bahwa bank merupakan “urat nadi” dunia perekonomian. Kegiatan utama dari perbankan adalah menyerap dana dari masyarakat untuk kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat.

Dengan demikian, dunia perbankan dapat menjembatani antara pihak yang kekurangan dana dengan pihak yang kelebihan dana. Perbankan dapat menjalankan fungsinya tersebut perlu diterapkan prinsip hati-hati terutama pada saat akan menyalurkan dana kepada masyarakat, artinya bank mengadakan penilaian kelayakan dan seleksi yang tepat pada setiap nasabah dan calon pengguna dana bank.

Perkembangan perekonomian dan keuangan global maupun nasional secara umum di Indonesia mengalami perlambatan pada tahun 2013 dibandingkan periode sebelumnya, namun kinerja maupun perkembangan perbankan dan keuangan syariah nasional secara umum tetap masih memiliki pertumbuhan yang cukup positif.<sup>3</sup>

Namun potensi pengembangan perbankan dan keuangan syariah kedepan masih tetap cerah, walaupun masih tetap dihadapkan dengan berbagai tantangan seperti permodalan, sumber daya manusia, *business process*, inovasi, dan akad/kontrak produk serta edukasi maupun pemahaman masyarakat yang berkesinambungan.

---

<sup>3</sup> Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-2013.Pdf. Diakses pada hari Senin, tanggal 02 Maret 2015, Pukul 20.05 Wita. h. 3.

Sumber-sumber penghimpunan dana (tidak termasuk modal) perbankan syariah secara umum didominasi oleh Dana Pihak Ketiga (DPK). Pada kelompok Badan Umum Syariah (BUS) kontribusi Dana Pihak Ketiga (DPK) mencapai 87,2%, sedangkan pada Unit Usaha Syariah (UUS), dan Badan Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) kontribusi Dana Pihak Ketiga (DPK) masing-masing sebesar 80,8% dan 74,0%. Kontribusi Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Badan Umum Syariah (BUS) relatif tidak berubah dari tahun 2012. Komposisi sumber pendanaan Badan Umum Syariah (BUS) hanya sedikit berubah yang ditandai penurunan porsi sumber dana dari bank lain. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh semakin ketatnya likuiditas di industri perbankan khususnya pada paruh kedua periode laporan yang ditandai antara lain dengan kenaikan tingkat bunga dan imbalan di pasar uang antar bank. Pada kelompok Unit Usaha Syariah (UUS), pangsa Dana Pihak Ketiga (DPK) sedikit meningkat seiring pertumbuhannya yang relatif tinggi, termasuk jika dibandingkan dengan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah secara industri, sementara pangsa pendanaan dari bank lain menurun, sebagaimana halnya terjadi pada Badan Umum Syariah (BUS).<sup>4</sup>

Selain itu, sumber pendanaan alternatif dalam bentuk pendanaan yang dijamin aman atau tak aman dari pasar keuangan dan atau kreditor lainnya juga mulai menjadi pilihan. Pada tahun 2013 tercatat peningkatan sukuk atau pinjaman yang diterbitkan oleh perbankan syariah meningkat Rp 1,1 triliun.

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, h. 4.

Meski demikian, pangsa sumber dana tersebut masih relatif rendah yaitu 2,5% pada Badan Umum Syariah (BUS) dan 1,3% pada Unit Usaha Syariah (UUS).<sup>5</sup>

Dari sisi jangka waktu, sumber dana perbankan syariah masih sangat didominasi oleh instrumen pendanaan jangka pendek dari pada instrumen pendanaan jangka panjang sehingga mempengaruhi fleksibilitas bank dalam mengoptimalkan pengelolaan dana, misalnya untuk segmen pembiayaan proyek infrastruktur dan korporasi yang berjangka panjang, dengan tetap menjaga kecukupan likuiditas. Hal ini terutama tercermin dari komposisi Dana Pihak Ketiga (DPK), Badan Umum Syariah (BUS), dan Unit Usaha Syariah (UUS) yang sebagian besar terdiri atas instrumen giro dan tabungan yang sifatnya dapat ditarik sewaktu-waktu, serta deposito berjangka kurang atau sama dengan satu bulan, yang keseluruhannya memiliki porsi 82,0% dari total Dana Pihak Ketiga (DPK).<sup>6</sup>

**Tabel Jangka Waktu DPK, BUS, & UUS**

<b>PRODUK</b>	<b>PRESENTASE (%)</b>
<b>Giro</b>	<b>10.1 %</b>
<b>Tabungan</b>	<b>31.2 %</b>
<b>Deposito ≤ 1 Bulan</b>	<b>40.7 %</b>
<b>Deposito ≤ 3 Bulan</b>	<b>10.5 %</b>
<b>Deposito ≤ 6 Bulan</b>	<b>3.6 %</b>
<b>Deposito ≥ 6 Bulan</b>	<b>3.8 %</b>

**Sumber : Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2013.**

---

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> *Ibid.*

Dari tabel di atas dapat dilihat presentase dari instrumen pendanaan deposito jangka panjang yang lebih dari 6 bulan masih relatif kecil, bila dibandingkan dengan instrumen pendanaan deposito yang kurang dari 6 bulan. Hal ini mempengaruhi keleluasaan bank dalam pengoptimalan pengelolaan dana yang dihimpun dari masyarakat penabung untuk dikelola secara lebih maksimal oleh bank dalam segmen-segmen pembiayaan ataupun proyek infrastruktur yang bersifat berjangka panjang, dengan tetap menjaga kecukupan likuiditas bank.

Untuk mendapatkan nasabah dan mempertahankan nasabah, maka lembaga perbankan harus mempunyai upaya dan strategi dalam memasarkan produknya, terutama dalam produk penghimpun dana. Masyarakat penabung tentunya menginginkan uangnya aman dan juga menguntungkan. Dan juga keinginan untuk kemudahan dalam bertransaksi yang diberikan bank.

Bagi suatu bank, konsep pemasaran yang cocok adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan. Keinginan dan kepuasan pelanggan harus benar-benar diperhatikan. Hal ini mendorong Bank Muamalat Indonesia untuk selalu meningkatkan kualitas dan mutu baik dalam pelayanan, mengembangkan produk dan jasa yang nantinya akan dirasakan oleh nasabah. Untuk menghadapi persaingan di masyarakat dalam lembaga perbankan lain, perlu diperhatikan konsep pemasaran yang ada seperti, sasaran pemasaran, kebutuhan pelanggan, sarana promosi atau penjualan dan laba atau keuntungan melalui konsumen.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin sebagai lembaga keuangan yang pengoperasiannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah, harus terus melakukan inovasi-inovasi baru dalam mengembangkan produk penghimpunan dana, serta memiliki beberapa kiat-kiat khusus yang dilakukan dalam memasarkan produknya terutama produk instrumen pendanaan investasi jangka panjang yang menghimpun dana dari masyarakat yang dikenal dengan deposito. Karena masih banyak masyarakat yang lebih tertarik mendepositokan dananya pada instrumen pendanaan investasi deposito jangka pendek ( $\leq$  dari 6 bulan), dari pada instrumen pendanaan investasi deposito jangka panjang ( $\geq$  dari 6 bulan). Padahal semakin lama seorang deposan mendepositokan dananya, maka akan memperoleh nisbah bagi hasil yang lebih besar yang diberikan Bank Muamalat Indonesia. Dengan perbandingan porsi bagi hasil nasabah 6 bulan 53%:47% dan 12 bulan 54%:46%. Di Bank Muamalat Indonesia juga memberikan spesial nisbah, yaitu nilai nisbah yang dinegoisasikan dengan pihak bank jika batasan dana yang didepositokan mencapai minimal Rp 100 juta, sekedar gambaran nisbah yang di peroleh nasabah bisa mencapai 75% untuk nasabah, bahkan lebih tergantung jumlah uang yang didepositokan dan kondisi ekonomi.<sup>7</sup>

Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti dan ingin mengangkatnya di dalam tugas akhir yang berjudul *“Bauran Promosi Penghimpun Dana Deposito Jangka Panjang Pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin”*.

---

<sup>7</sup> Nurul Qomariah, *Staff Marketing Funding Bank Muamalat Cabang Banjarmasin*, Wawancara Pribadi, Banjarmasin, 10 April 2015.

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam penulisan karya tulis ini, agar tidak keluar dan mencapai fokus yang diharapkan, maka penulis perlu membuat batasan-batasan dalam penulisan ini tentang “*Bauran Promosi Penghimpun Dana Deposito Jangka Panjang Pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin*”.

Proses perumusan masalah merupakan tahapan paling penting dalam sebuah proses penelitian. Sehingga permasalahan yang menjadi pokok bahasan menjadi lebih jelas dan terfokus.

Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran promosi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin ?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi dan solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan oleh penulis di atas, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini, di antaranya:

1. Untuk mengetahui bagaimana bauran promosi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui bagaimana kendala yang dihadapi dan solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna:

1. Bagi akademisi diharapkan dapat memberikan tambahan informasi serta bahan perbandingan bagi penelitian yang lain yang juga meneliti tentang upaya pemasaran lembaga keuangan.
2. Sebagai kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah perpustakaan IAIN Antasari pada umumnya dan khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam serta pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca, dalam hal memberikan pengetahuan tentang deposito.



## E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan, penulis membuat definisi operasional sebagai berikut:

1. Bauran promosi adalah kombinasi dari alat promosi termasuk periklanan, hubungan masyarakat dan promosi penjualan yang digunakan untuk mencapai pasar sasaran dan memenuhi tujuan organisasi secara keseluruhan.<sup>8</sup> Bauran promosi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat.
2. Penghimpun 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.
3. Deposito Muamalat adalah salah nama produk penghimpun dana yang terdapat pada Bank Muamalat. Deposito dirancang sebagai sarana untuk investasi berjangka bagi masyarakat yang mempunyai dana lebih yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu (1, 3, 6, 12 bulan) berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank, dari kelebihan dana tersebut nasabah mendepositkan dengan tujuan mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan yang diberikan

---

<sup>8</sup> Jane Imperand Besty dan Ann Toffeler, “*Dictionary of Marketing*” diterjemahkan oleh Soesanto dengan judul Kamus Ilmiah Pemasaran, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), h. 874.

setiap bulannya oleh Bank Muamalat Indonesia dengan jangka waktu yang telah disepakati, dengan akad *mudhārabah*. Deposito baru bisa dicairkan sesuai dengan tanggal jatuh temponya. Bila deposito dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo, maka akan kena *penalty rate* (denda).

## F. Kajian Pustaka

Sebelum membuat skripsi ini, penulis melakukan perbandingan dengan penelitian yang terdahulu untuk mendukung materi dalam penelitian ini.

Terkait penelitian terdahulu pembahasan tentang deposito sebenarnya sudah ada yang membahas, hanya saja tentang titik berat pembahasannya dan objek penelitiannya berbeda yaitu skripsi oleh Siti Kholidatuljanah, NIM 092503063, Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan judul “*Strategi Pemasaran Produk Simpanan Deposito Mudhārabah Di BPRS PNM Binama Semarang*”. Dalam hal ini peneliti mengkaji tentang bagaimana strategi pemasaran produk simpanan deposito *mudhārabah* dan bagaimana perhitungan deposito *mudhārabah* di BPRS PNM Binama Semarang.<sup>9</sup>

Riset ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, pembahasan yang dikaji adalah “*Bauran Promosi Penghimpun Dana Deposito Jangka Panjang Pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin*”. Dalam pembahasan ini yang

---

<sup>9</sup> Siti Kholidatul Janah, *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Deposito Mudharabah Di BPRS PNM Binama Semarang*, Jtptiain- Siti Kholidatuljanah-6882-1-PDF. Diakses pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2015, pukul 20.45 Wita.

diteliti adalah bagaimana bauran promosi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang, dan bagaimana kendala yang dihadapi serta solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang.

### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam mempelajari dan memahami keseluruhan mengenai penulisan skripsi ini maka penulis membagi sistematika penulisan yang terdiri dari V Bab dengan sistematika sebagai berikut:

**BAB I**   Pendahuluan, yang akan menguraikan mengenai latar belakang masalah dan menguraikan alasan untuk judul dan gambaran permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah dan dinyatakan dengan kalimat tanya. Setelah itu disusun tujuan penelitian yang berkenaan dengan tujuan peneliti dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian berkaitan erat dengan rumusan masalah. Signifikansi penelitian merupakan manfaat dari hasil penelitian dan dampak dari tercapainya tujuan. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum atau luas sehingga tidak terjadi kesalahpahaman pembaca saat memahami penelitian. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau

penelitian dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan penelitian skripsi secara keseluruhan.

- BAB II Landasan teoritis, mengenai pembahasan tentang pengertian bank syariah, tujuan bank syariah, produk-produk dan jasa bank syariah, pengertian deposito, jenis-jenis deposito, dan dasar-dasar hukum tentang deposito.
- BAB III Merupakan metode penelitian, yang dipergunakan untuk menggali data yang terdiri dari jenis, sifat, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan dan analisis data serta prosedur penelitian.
- BAB IV Merupakan laporan hasil penelitian, yang berisikan tentang pemaparan mengenai upaya bank meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, serta bagaimana kendala yang dihadapi dan solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang.
- BAB V Merupakan bab penutup, yang berisikan tentang kesimpulan, saran-saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Bank Syariah

##### 1. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.<sup>10</sup>

Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam.<sup>11</sup>

Menurut Warkum Sumitro, “bank syariah atau perbankan Islam adalah suatu sistem perbankan yang tata cara beroperasinya dikembangkan berdasarkan pada tata cara bermu’amalat secara Islam, yang didasarkan pada prinsip syariah. Suatu perbankan dikatakan sebagai perbankan syariah karena mengacu pada prinsip syariah yang mengatur perjanjian berdasarkan hukum Islam, yang menjadi sumber hukum adalah *Al-Qur’an* dan *Hadist*.”<sup>12</sup>

Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan syariat Islam, yaitu mengacu pada *Al-Qur’an* dan *Hadist*.

---

<sup>10</sup> Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekosinia, 2008), h. 27.

<sup>11</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 1.

<sup>12</sup> Warkum Sumitro. *Asas-Asas Perbankan Islam: Lembaga-Lembaga Terkait BMUI & Takaful di Indonesia*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 1996), h. 5.

## 2. Tujuan Bank Syariah

Tujuan bank syariah adalah memacu perkembangan ekonomi dan kemajuan sosial dari masyarakat muslim, baik yang secara individual maupun secara kolektif. Tujuan utama didirikan bank Islam ialah untuk menghindari bunga yang dilaksanakan oleh bank-bank konvensional (*convensional banks*).<sup>13</sup>

Bank syariah juga mempunyai beberapa tujuan lain di antaranya sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam, khususnya muamalat yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktik-praktik riba atau jenis-jenis usaha/perdagangan lain yang mengandung unsur *garar* (tipuan), di mana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan umat.
- b. Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
- c. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang

---

<sup>13</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 283.

<sup>14</sup> Warkum Sumitro. *Asas-Asas Perbankan Islam: Lembaga-Lembaga Terkait BMUI & Takaful di Indonesia*, *op.cit.*, h. 17-18.

produktif, menuju terciptanya kemandirian berusaha (berwirausaha).

- d. Untuk membantu menanggulangi (mengentaskan) masalah kemiskinan, yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang. Upaya bank Islam dalam mengentaskan kemiskinan ini berupa pembinaan nasabah yang lebih menonjol sifat kebersamaan dari siklus usaha yang lengkap seperti program pembinaan pengusaha produsen, pembinaan pedagang perantara, program pembinaan konsumen, program pengembangan modal kerja, dan program pengembangan usaha bersama.
- e. Untuk menjaga kestabilan ekonomi/moneter pemerintah. Dengan aktivitas-aktivitas bank Islam yang diharapkan mampu menghindarkan inflasi akibat penerapan sistem bunga, menghindarkan persaingan yang tidak sehat antara lembaga keuangan, khususnya bank dan menanggulangi kemandirian lembaga keuangan, khususnya bank dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun luar negeri.
- f. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank nonsyariah.

Jadi, bank syariah bertujuan untuk mengarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalat secara Islam sehingga terciptanya keadilan di bidang ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup umat untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank nonsyariah.

### **B. Produk Penghimpun Dana (*Funding*)**

Bank syariah merupakan bank dengan prinsip dasar bagi hasil yang merupakan landasan utama dalam segala operasionalnya, baik dalam pengerahan dananya maupun dalam penyaluran dana. Secara garis besar jenis kegiatan usaha penghimpunana dana pada bank syariah dapat dibagi menjadi tiga jenis produk penghimpunan dana yaitu dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito.<sup>15</sup>

#### 1. Giro

Dalam dunia perdagangan kata giro sudah bukan merupakan kata yang asing lagi. Setiap akan melakukan transaksi pembayaran sering dikaitkan dengan giro, baik pembayaran yang bersifat tunai maupun non tunai. Hal ini dilakukan karena pembayaran dengan menggunakan giro sangat memberi berbagai keuntungan, terutama dari segi keamanan untuk jumlah pembayaran yang relatif besar. Pada saat kita hendak melakukan pembayaran jika kita memiliki giro, maka kita tidak perlu menyediakan sejumlah uang tunai, akan tetapi harus menulis dilembar cek atau bilyet giro sejumlah uang yang akan

---

<sup>15</sup> Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), h. 97.



dibayarkan. Keuntungan lainnya adalah uang yang disimpan rekening giro akan memperoleh jasa giro (bonus) yang besarnya tergantung bank bersangkutan. Disamping memperoleh beberapa keuntungan, giro juga memiliki kelemahan. Terkadang ada pihak-pihak tertentu yang menolak pembayaran dengan cek atau bilyet giro.<sup>16</sup>

Secara umum, menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 Tanggal 10 November 1998, pengertian simpanan giro atau yang lebih populer disebut rekening giro adalah “simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau dengan sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan”.<sup>17</sup>

Dapat ditarik setiap saat maksudnya adalah bahwa uang yang telah disimpan rekening giro tersebut dapat ditarik berkali-kali dalam jangka waktu sehari, dengan catatan dana yang tersedia masih mencukupi untuk dilakukan penarikan. Kemudian juga harus memenuhi persyaratan lain yang ditetapkan oleh bank yang bersangkutan seperti keabsahan alat penarikan.<sup>18</sup>

Kemudian penarikan adalah pengambilan sejumlah uang dari rekening giro sehingga menyebabkan giro tersebut berkurang jumlahnya. Penarikan uang yang ada rekening dapat ditarik secara tunai maupun nontunai (pemindahbukuan). Penarikan secara tunai dapat dilakukan dengan menggunakan cek dan penarikan nontunai dengan menggunakan bilyet giro.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> *Ibid.*

Sedangkan pengertian simpanan adalah “dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dalam bentuk giro, deposito berjangka, tabungan, atau yang dapat dipersamakan dengan itu”.<sup>19</sup>

Dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa simpanan adalah sejumlah uang yang dititipkan kepada bank untuk dipelihara oleh bank. Jenis simpanan yang ada dibank selain giro adalah tabungan dan deposito. Pengertian simpanan giro merupakan simpanan pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat. Disamping itu apabila sarana penarikan tersebut habis atau hilang maka nasabah dapat menggunakan sarana penarikan lainnya, seperti surat pernyataan atau surat kuasa yang ditanda tangani di atas materai.

Pemilik rekening giro disebut girant dan kepada setiap girant akan diberikan imbalan bunga yang berupa jasa giro yang besarnya tergantung suku bunga bank yang mengeluarkan. Bagi bank giro merupakan dana murah, karena imbalan yang diberikan kepada girant merupakan imbalan yang paling rendah bila dibandingkan imbalan lainnya seperti tabungan dan deposito.

Sedangkan giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang berdasarkan prinsip *wadī'ah* dan *mudhārabah*.

---

<sup>19</sup> *Ibid.*

*Wadī'ah* yang dimaksud disini adalah bisa dikenal dengan prinsip titipan atau simpanan. *Wadī'ah* dapat juga diartikan titipan murni dari suatu pihak ke pihak lain, baik sebagai individu maupun sebagai suatu badan hukum. Titipan yang dimaksud adalah titipan yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.<sup>20</sup>

Apabila si penitip barang yang dimaksud, memberi izin kepada bank untuk memanfaatkan barang titipan tersebut, maka sebagai konsekuensi dari titipan murni tersebut, bila pihak bank sebagai pengelola memperoleh penghasilan atas pengelolaan dimaksud, keuntungan tersebut sepenuhnya milik bank. Kemudian bank atas kehendaknya sendiri tanpa perjanjian di awal, dapat memberikan bonus kepada para nasabahnya. Namun, bila terjadi kerugian maka bank sebagai pengelola bertanggung jawab sepenuhnya untuk mengganti kerugian itu.<sup>21</sup>

Jadi *wadī'ah*, adalah harta yang dititipkan kepada seseorang untuk disimpan, dana yang disimpan tidak boleh digunakan, tetapi kalau pemilik mengizinkan dana tersebut untuk digunakan, maka penyimpan boleh saja menggunakannya, dan keuntungan yang diperoleh dapat dimanfaatkan penyimpan. Namun, bila terjadi kerugian maka penyimpan bertanggung jawab sepenuhnya untuk mengganti kerugian itu.

---

<sup>20</sup> Zainudi Ali, *Hukum Perbankan Syariah, op.cit.*, h. 23.

<sup>21</sup> *Ibid.*, h. 24.

*Wadī'ah* dibedakan menjadi dua, yaitu; *wadī'ah yad dhamānah* dan *wadī'ah yad amānah*. *Wadī'ah yad dhamānah* berbeda dengan *wadī'ah yad amānah*. Dalam *wadī'ah yad amānah*, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sedangkan dalam hal *wadī'ah yad dhamānah*, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.<sup>22</sup>

Sedangkan giro *wadī'ah* adalah produk penghimpunan dana bank syariah berupa simpanan dari nasabah dalam bentuk rekening giro untuk keamanan dan kemudahan pemakainya.<sup>23</sup> Karakteristik giro *wadī'ah* ini mirip dengan giro pada bank konvensional, ketika kepada nasabah penyimpan diberi garansi untuk dapat menarik dananya sewaktu-waktu dengan menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan bank.<sup>24</sup>

Beberapa fasilitas giro *wadī'ah* yang disediakan bank untuk nasabah antara lain:<sup>25</sup>

- 1) Buku cek
- 2) Bilyet giro
- 3) Kartu ATM
- 4) Fasilitas pembayaran
- 5) Wesel bank

---

<sup>22</sup> Adiwarmarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, op.cit., h. 59.

<sup>23</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 113.

<sup>24</sup> Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 69-70.

<sup>25</sup> Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, op.cit., h. 114.

6) Wesel penukaran

7) Kliring

Dalam aplikasinya giro *wadī'ah* ada yang memberikan bonus dan ada giro *wadī'ah* yang tidak memberikan bonus. Pada kasusnya memberikan bonus karena bank menggunakan dana simpanan giro nasabah untuk tujuan produktif dan menghasilkan keuntungan sehingga bank dapat memberikan bonus kepada nasabah deposan. Dan pada kasus lainnya giro *wadī'ah* tidak memberikan bonus karena bank hanya menggunakan dana simpanan giro untuk menyeimbangkan kebutuhan likuiditas bank dan untuk transaksi jangka pendek atas tanggung jawab bank yang tidak menghasilkan keuntungan *riil*. Bank tidak menggunakan dana simpanan giro nasabah untuk tujuan produktif mencari keuntungan karena memandang bahwa giro *wadī'ah* adalah kepercayaan, yaitu dana yang dititipkan kepada bank dimaksudkan untuk diproteksi atau diamankan, tidak untuk diusahakan.<sup>26</sup>

Jadi, giro *wadī'ah* adalah simpanan dana nasabah pada bank dalam bentuk rekening giro yang merupakan titipan, yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu ATM, atau menggunakan sarana pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan.

---

<sup>26</sup> *Ibid.*

Dasar hukum giro *wadī'ah* adalah firman Allah Swt. dalam Surah *An-Nisā'* ayat 58 sebagai berikut:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat*”. (QS *An-Nisā'*: 58).<sup>27</sup>

Ayat di atas dapat dijadikan sebagai dasar hukum bahwa *wadī'ah* merupakan salah satu akad yang dibenarkan oleh hukum Islam. Produk penghimpun dana perbankan syariah yang menerapkan prinsip *wadī'ah* adalah berbentuk giro yang merupakan titipan murni (*wadī'ah yad dhamānah*).<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Al-Awal, *Al-Qur'an Terjemahan 20 Baris*, Bandung: Mikraj Khazana Ilmu, 2010), h. 45.

<sup>28</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, *op.cit.*, h. 24.

## 2. Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah menabung kecil.

Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008, yang dimaksud dengan “tabungan ialah simpanan berdasarkan akad *wadī’ah* atau investasi berdasarkan *mudhārabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah, yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Dalam produk tabungan ini nasabah dapat memilih menggunakan akad *wadī’ah* atau *mudhārabah*.<sup>29</sup> Dewan Syariah Nasional dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) menetapkan fatwa tentang tabungan adalah tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, ialah tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. Sedangkan tabungan yang dibenarkan secara syariah, ialah tabungan yang berdasarkan prinsip *mudhārabah* dan *wadī’ah*.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> Abdul Ghafur Anshori, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi dan Konversi: Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2010), h. 56.

<sup>30</sup> Abdul Ghofur Anshori, *Payung Hukum Perbankan Syariah (UU di Bidang Perbankan, Fatwa DSN-MUI, dan Peraturan Bank Indonesia)*, (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2007), h. 78.

Akad *mudhārabah* yang dimaksud disini adalah akad kerja sama antar pihak, yaitu pihak pertama (*shahib al-māl*) menyediakan seluruh modal (100%), sedangkan pihak lainnya sebagai pengelola (*mudhārib*).

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Abdurrahman Al-Jaziri yang memberikan arti *mudhārabah* adalah “sebagai ungkapan pemberian harta dari seseorang kepada orang lain sebagai modal usaha. Namun, keuntungan yang diperoleh akan dibagi di antara mereka berdua, dan jika rugi ditanggung oleh pemilik modal”.<sup>31</sup>

Keuntungan usaha secara *mudhārabah*, dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Apabila rugi, ditanggung oleh pemilik modal selama bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian tersebut disebabkan oleh kelalaian atau kecurangan pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi. Dalam akadnya, *mudhārabah* untuk pembiayaan juga dinamakan dengan *profit sharing*.<sup>32</sup>

Sementara itu, dalam bukunya *Islamic Banking: Fiqh and Financial Analysis*, Adiwarmanto A. Karim mengemukakan bahwa *mudhārabah* sebagai berikut:

Secara umum landasan hukum *mudhārabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Ditinjau dari segi hukum Islam, maka akad *mudhārabah* ini diperbolehkan, baik menurut *Al-Qur'an*, *As-Sunnah*, maupun *Ijma'*. Dasar hukum *mudhārabah* yang bersumber pada *Al-Qur'an* terdapat pada Surah *Al-Muzammil* ayat 20, sebagai berikut:

---

<sup>31</sup> Zainudi Ali, *Hukum Perbankan Syariah, op.cit.*, h. 23.

<sup>32</sup> *Ibid.*



\* إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ وَثُلُثَهُ وَطَآئِفَةٌ مِّنَ  
 الَّذِينَ مَعَكَ ۗ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۚ عَلِمَ أَن لَّنْ نَّحْصُوهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ ۖ فَاقْرَءُوا  
 مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ ۚ عَلِمَ أَن سَيَكُونُ مِنكُم مَّرْضَىٰ ۖ وَءَاخِرُونَ يَضُرُّونَ فِي  
 الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِن فَضْلِ اللَّهِ ۖ وَءَاخِرُونَ يُقْتَلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۖ فَاقْرَءُوا مَا  
 تَيَسَّرَ مِنْهُ ۚ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا ۚ وَمَا  
 تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِن خَيْرٍ نَّحْدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا ۚ وَأَسْتَغْفِرُوا  
 اللَّهُ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿٢٠﴾

Artinya: “Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya engkau bangun (sembahyang tahajjud) selama kurang dari dua pertiga malam, dan selama satu perduanya, dan selama satu pertiganya; dan (demikian juga dilakukan oleh) segolongan dari orang-orang yang bersama-samamu (karena hendak menepati perintah yang terdahulu); padahal Allah jualah yang menentukan dengan tepat kadar masa malam dan siang. Ia mengetahui bahwa kamu tidak sekali-kali akan dapat mengira dengan tepat kadar masa itu, lalu Ia menarik balik perintahNya yang terdahulu (dengan memberi kemudahan) kepada kamu; maka dari itu bacalah yang mana-mana yang mudah kamu dapat membacanya dari Al-Quran (dalam sembahyang). Ia juga mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit; dan yang lainnya orang-orang yang musafir di muka bumi untuk mencari rezeki dari limpah kurnia Allah; dan yang lainnya lagi orang-orang yang berjuang pada jalan Allah (membela agamaNya). Maka bacalah mana-mana yang sudah kamu dapat membacanya dari Al-Quran; dan dirikanlah sembahyang serta berikanlah zakat; dan berilah pinjaman kepada Allah sebagai pinjaman yang baik (ikhlas). Dan (ingatlah), apa jua kebaikan yang kamu kerjakan sebagai bekal untuk diri kamu, tentulah kamu akan mendapat balasannya pada sisi Allah, sebagai balasan yang sebaik-baiknya dan yang amat besar pahalanya. Dan mintalah ampun kepada Allah; sesungguhnya Allah Maha Pengampun, lagi Maha Mengasihani”. (QS Al-Muzammil: 20).<sup>33</sup>

<sup>33</sup> Al-A wal, Al-Qur'an Terjemahan 20 Baris, op.cit., h. 289.

Secara umum *mudhārabah* terbagi menjadi dua, yaitu; *mudhārabah mutlak* (*mudhārabah mutlaqah*) dan *mudhārabah muqayyadah*. Dalam *mudhārabah mutlaqah*, pihak perusahaan (*mudhārib*) diberi kuasa penuh untuk menjalankan proyek tersebut tanpa dibatasi dalam urusan yang berkaitan dengan proyek itu, dan tidak terikat waktu, tempat, jenis perusahaan maupun pelanggan selagi dalam batasan-batasan yang dibenarkan oleh hukum *syara'*. Dengan demikian *mudhārib* diberi kewenangan penuh untuk mengelola dana dari *sahib al-māl*.<sup>34</sup>

Sedangkan dalam *mudhārabah muqayyadah*, perusahaan (*mudhārib*) dibatasi kegiatannya untuk menjalankan *mudhārabah* dalam bidang, cara, jangka waktu dan tempat tertentu saja. Oleh karena itu, dalam menjalankan usaha *mudhārabah*-nya, pengusaha terikat dengan syarat-syarat dan batasan-batasan tersebut, selagi dalam bentuk yang dihalalkan.<sup>35</sup>

*Mudhārabah* biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan pendanaan pada perbankan Islam. Produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpun dana *mudhārabah* diterapkan pada produk, yaitu; tabungan dan deposito.

---

<sup>34</sup> Abdullah Jayadi, *Beberapa Aspek Tentang Perbankan Syariah*, (Yogyakarta: Mitra Usaha, 2011), cet. Ke-1, h. 41.

<sup>35</sup> *Ibid.*

### 3. Deposito

Selain giro dan tabungan, produk perbankan syariah lainnya yang juga dalam termasuk kategori bidang penghimpunan dana adalah deposito. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 Tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 Tentang Perbankan, yang dimaksud deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu-waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan.<sup>36</sup> Sedangkan yang dimaksud dengan deposito syari'ah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syari'ah.

Secara umum, deposito adalah *“time deposits carry a fixed maturity, a penalty for early withdrawal, and usually offer the highest interest rates a bank can pay. Time deposits may be divided into nonnegotiable certificates of deposit (CDs), which are usually small, consumer-type accounts, and negotiable Cds that may be traded in the open market in million-dollar amounts and are purchased mainly by corporations all over the world”*.<sup>37</sup>

Menurut M. Nur Yasin, deposito merupakan “salah satu jenis dana pihak ketiga, yang mana produk ini selalu memiliki porsi yang lebih besar dalam pembentukan dana pihak ketiga pada bank, bila dibandingkan produk lainnya seperti tabungan dan giro. Deposito dirancang sebagai sarana untuk investasi bagi masyarakat yang mempunyai dana lebih yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank, dari kelebihan dana tersebut nasabah mendepositkan dengan tujuan mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan yang diberikan setiap bulannya oleh bank dengan jangka waktu yang telah disepakati”.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*, op.,cit, h. 303.

<sup>37</sup> Peter S. Rose, *Money and Capital Markets (Financial Institutions and Instruments In a Global Marketplace)*, (New York: United States, 2003), h. 432.

<sup>38</sup> M. Nur Yasin, *Hukum Ekonomi Islam*, (Malang: UIN Malang Perss, 2009), Cet. Ke-1, h. 182.

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, deposito adalah “investasi dana berdasarkan akad *mudhārabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau Unit Usaha Syariah (UUS)”.<sup>39</sup>

Dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai *mudhārib* (pengelola dana), sedangkan nasabah bertindak sebagai *shāhib al-māl* (pemilik dana). Dalam kapasitasnya sebagai *mudhārib*, bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, termasuk melakukan *mudhārabah* dengan pihak ketiga. Adapun modal yang didepositkan harus dinyatakan dalam bentuk tunai dan bukan piutang. Pembagian hasil keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam pembukaan rekening. Bank menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya dan bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.<sup>40</sup>

Dengan demikian, bank syariah dalam kapasitasnya sebagai *mudhārib* memiliki sifat sebagai wali amanah (*trustee*), yakni harus bertindak hati-hati atau bijaksana serta beritikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Di samping itu, bank syariah juga bertindak sebagai kuasa dari usaha bisnis pemilik dana yang diharapkan

---

<sup>39</sup> Rizal Yaya, DKK, *Akutansi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 110.

<sup>40</sup> *Ibid.*

dapat memperoleh keuntungan seoptimal mungkin tanpa melanggar aturan syariah.

Siklus kegiatan deposito dimulai dari transaksi pembukaan deposito oleh nasabah. Pada saat ini, antara nasabah dan bank sudah menyepakati nisbah bagi hasil dasar dan jangka waktu deposito (tanggal pencairan). Selama jangka waktu deposito, saldo deposito bersifat tetap, karena pengambilan atau penambahan deposito hanya dilakukan saat jatuh tempo atau saat penutupan jika ingin diambil sebelum jatuh tempo, bagi hasil yang diterima oleh nasabah dimasukkan ke rekening yang lain, dan pajak yang mesti dibayar langsung diambil dari bagi hasil yang akan diberikan kepada nasabah.<sup>41</sup>

Dari uraian di atas dapat penulis simpulkan bahwa, deposito adalah investasi bagi masyarakat yang mempunyai dana lebih yang berdasarkan akad *mudhārabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank, dari kelebihan dana tersebut nasabah menandatangani dengan tujuan mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan yang diberikan setiap bulannya oleh bank dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito baru bisa dicairkan sesuai dengan tanggal jatuh temponya. Bila deposito dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo, maka akan kena *penalty rate* (denda).

---

<sup>41</sup> *Ibid.*

Adapun jenis-jenis deposito yang ada di Indonesia yaitu, sebagai berikut:<sup>42</sup>

a. Deposito Berjangka

Deposito berjangka merupakan deposito yang diterbitkan menurut jangka waktu tertentu. Jangka waktu deposito biasanya bervariasi mulai dari 1, 2, 3, 6, 12, 18, sampai dengan 24 bulan. Deposito berjangka diterbitkan atas nama baik perorangan maupun lembaga. Artinya di dalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga.

Nisbah deposito dapat ditarik setiap bulannya atau setelah jatuh tempo (jangka waktu) sesuai jangka waktunya, baik ditarik tunai maupun non tunai (pemindahbukuan) dan dikenakan pajak dari jumlah bunga yang diterimanya. Jumlah yang disetorkan dalam bentuk bulat dan ada batas minimalnya. Penarikan deposito sebelum jatuh dikenakan *penalty rate* (denda).

Insentif diberikan untuk jumlah nominal yang besar baik berupa, *special rate* maupun insentif, seperti hadiah atau cendra mata lainnya. Insentif juga dapat diberikan kepada nasabah yang loyal terhadap bank tersebut. Deposito berjangka yang diterbitkan dalam valuta asing, biasanya diterbitkan oleh bank devisa. Perhitungan, penerbitan, pencairan, dan nisbah dilakukan menggunakan kurs devisa umum. Penerbitan deposito berjangka dalam valas biasanya diterbitkan dalam valas yang kuat seperti US Dollar, Yen Jepang, atau DM Jerman.

---

<sup>42</sup> Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, op.cit.*, h. 85-87.

### b. Sertifikat Deposito

Merupakan deposito yang diterbitkan dengan jangka waktu 2, 3, 6, 12, dan 24 bulan. Sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk dalam bentuk sertifikat dan dapat diperjualbelikan atau dipindahtangankan kepada pihak lain. Pencairan nisbah sertifikat deposito dapat dilakukan di muka, baik tunai maupun non tunai. Penerbitan nilai sertifikat deposito sudah tercetak dalam berbagai nominal dan biasanya dalam jumlah bulat. Dengan demikian, nasabah dapat membeli dalam bentuk lembaran banyak untuk jumlah nominal yang sama.

Sedangkan secara umum sertifikat deposito adalah “*a certificate of deposit (CD) is a saving plan requiring that a certain amount be left on deposit for a stated time period (ranging from 30 days to five or more years) to earn a specific rate of return. These time deposits can be an attractive and a safe savings alternative. However, most financial institutions impose a penalty for early withdrawal of certificate deposit funds*”.<sup>43</sup>

### c. Deposito On Call

*Deposito On Call* (DOC), merupakan deposito yang berjangka waktu minimal tujuh hari dan paling lama kurang dari satu bulan. Diterbitkan atas nama dan biasanya dalam jumlah yang besar misalnya 50 juta rupiah (tergantung bank yang bersangkutan).

Pencairan nisbah dilakukan pada saat pencairan *deposito on call*, sebelum *deposito on call* dicairkan terlebih dahulu tiga hari sebelumnya nasabah memberitahukan bank penerbit. Besarnya nisbah biasanya dihitung per

---

<sup>43</sup> Kapoor Dlabay, *Personal Finance: Seventh Edition*, (Mcgraw-Hill: New York, 2004), h. 141.

bulan dan biasanya untuk menentukan nisbah dilakukan negosiasi antara nasabah dengan pihak bank.

Tinjauan hukum Islam tentang deposito adalah bank syariah yang menjalankan bisnis perbankanya berdasarkan sistem syariah yang berbasis hukum Islam. Bank syariah tidak menerapkan sistem bunga melainkan menerapkan sistem bagi hasil, yaitu sistem pengelolaan dana dalam perekonomian Islam. Perhitungan bagi hasil didasarkan pada mufakat pihak bank dan nasabah yang menginvestasikan dananya pada bank tersebut, atau disebut dengan rasio. Misalnya, Anda memiliki deposito di bank syariah, sebesar Rp. 10 juta dengan rasio bagi hasil nasabah: bank = 60:40 (tergantung kesepakatan) dengan jangka waktu deposito 1 bulan. Maka besaran bagian yang menjadi hak Anda, dibandingkan bank pada proses distribusi bagi hasil adalah angka di depan (misalnya 60 pada 60:40) merupakan porsi nasabah, sedangkan angka di belakangnya merupakan porsi bank. Dengan demikian bisa Anda lihat sistem bagi hasil ini lebih adil, karena jika 60:40 ini merupakan presentase dari keuntungan dana kelolaan bank, maka ketika keuntungan bank kecil, maka kecil pula bagi hasil untuk nasabah, dan begitupun sebaliknya. Dalam situasi ekonomi yang stabil dan terus membaik, semakin besar keuntungan bank syariah, maka semakin besar pula bagi hasil keuntungan yang didapat nasabah.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Rusliha Asbih, *Deposito Bank Syariah*, [Http://Ruslihasbih.wordpress.com/tanya-jawab/muamalat/deposito-di-bank-syariah/.com](http://Ruslihasbih.wordpress.com/tanya-jawab/muamalat/deposito-di-bank-syariah/.com). Diakses pada tanggal 05 Mei 2015, pukul 02.35 Wita.



Ekonomi atau perbankan merupakan kajian muamalah. Maka Nabi Muhammad Saw. tentunya tidak memberikan aturan-aturan yang rinci mengenai masalah ini. *Al-Qur'an* dan *As-Sunnah* hanya memberikan prinsip-prinsip dan filosofi dasar yang menegaskan larangan-larangan yang harus di jauhi. Dengan demikian yang harus dilakukan hanyalah mengidentifikasi hal-hal yang dilarang oleh Islam. Selain itu, semua diperbolehkan dan kita dapat melakukan inovasi dan kreatifitas sebanyak mungkin.

Dalam hal perbankan, salah satu produknya adalah titipan dan deposito, hukum deposito di bank syariah diperbolehkan karena sistem bagi hasil yang dilakukan secara Islami yaitu di mana *mudhārabah* (bagi hasil) dari keuntungan yang didapat oleh pihak bank dari pengelolaan uang tersebut, bukan dengan sistem bunga yang memberikan keuntungan berdasarkan presentase dari uang pokok sebagaimana yang dilakukan oleh bank konvensional. Pada dasarnya telah dilakukan sejak zaman Rasulullah Saw. Sebagai contoh pada saat Nabi Saw. dipercaya masyarakat Mekah menerima simpanan harta, sehingga pada saat terakhir sebelum hijrah ke Madinah, Nabi meminta kepada Ali bin Abi Thalib untuk mengembalikan semua titipan tersebut kepada para pemiliknya.<sup>45</sup>

Selain itu, menabung adalah tindakan yang dianjurkan dalam Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

---

<sup>45</sup> Adiwirman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, *op.cit.*, h.15.

Sebagaimana Allah Swt, berfirman:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَتَنْظُرُوْا نَفْسَكُمْ مَّا قَدَّمْتُمْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ  
اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Hasyr: 18 ).<sup>46</sup>

وَلْيَخْشَ الَّذِيْنَ لَوْ تَرَكُوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوْا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللّٰهَ  
وَلْيَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٩﴾

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar”.(QS. An-Nisā’ : 9).<sup>47</sup>

اَيُّوْدُ اٰحَدِكُمْ اَنْ تَكُوْنَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيْلٍ وَّاَعْنَابٍ تَجْرِيْ مِنْ تَحْتِهَا  
الْاَنْهَارُ لَهُ فِيْهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَاَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضِعْفًا فَاَصَابَهَا  
اِعْصَارٌ فِيْهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۗ كَذٰلِكَ يُبَيِّنُ اللّٰهُ لَكُمْ الْاٰيٰتِ لَعَلَّكُمْ  
تَتَفَكَّرُوْنَ ﴿٣١﴾

Artinya: “ Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-

<sup>46</sup> Al-A wal, Al-Qur’an Terjemahan 20 Baris, op.cit., h. 275.

<sup>47</sup> Ibid., h. 40.

*ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya". (QS. Al-Baqarah : 266).*<sup>48</sup>

Melalui ayat di atas dapat terlihat bahwa Allah memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman atau taqwa), maupun secara ekonomi harus difikirkan langkah-langkah perencanaannya, salah satu langkah perencanaannya adalah dengan menabung.<sup>49</sup>

Dalam hal ini, Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip *mudhārabah* dan deposito yang berdasarkan perhitungan bunga tidak dibenarkan.<sup>50</sup>

Jadi, dari pemaparan panjang lebar di atas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa menurut hukum Islam mengenai hukum mendepositokan uang di bank syariah adalah diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan syari'at Islam atau deposito yang dilaksanakan berdasarkan prinsip syari'ah, dan mengingat banyaknya ayat-ayat *Al-Qur'an* dan *Hadits* Nabi yang menjelaskan mengenai persiapan di hari mendatang, dan kegiatan-kegiatan perbankan yang sebenarnya telah dilaksanakan pada zaman Rasulullah Saw.

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, h. 24.

<sup>49</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Inani, 2001), h. 153.

<sup>50</sup> Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000.

## C. Bauran Promosi

### 1. Pengertian Bauran Promosi

Bauran adalah campuran, gabungan atau kombinasi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan.<sup>51</sup>

Sedangkan promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Dimana kegiatan promosi dilakukan sebagai bentuk usaha yang dilakukan penjual untuk memperkenalkan produk kepada calon konsumen dan membujuk mereka agar membeli, serta mengingatkan kembali konsumen lama agar melakukan pembelian kembali.<sup>52</sup>

Promosi juga merupakan salah satu kegiatan untuk menyebarkan informasi tentang barang atau jasa yang dijual dengan maksud untuk merubah pola perilaku konsumen. Berbagai informasi yang diberikan kepada calon pembeli sangat mempengaruhi keputusan mereka tentang pengalokasian dana yang mereka miliki. Oleh karena itu, penjual harus melakukan usaha yang aktif dalam membuat konsumen menjadi tahu barang dan jasa apa saja yang ditawarkan. Siapa yang membuat dan siapa pula yang menjual. Dengan kata lain paling tidak calon pembeli harus mengetahui terlebih dahulu apa yang

---

<sup>51</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, *op.cit.*, h. 164.

<sup>52</sup> Marwan Asri, *Marketing*, (Yogyakarta: Bpfe, 1986), h. 357.

akan dibelinya dan siapa yang menjualnya sebelum akhirnya memutuskan membeli sesuatu.<sup>53</sup>

Menurut Nelly Nailatie, dalam bukunya yang berjudul *Power Of Marketing*, secara umum promosi ialah “*promotion is a move to an important job or rank in a company organization, an activity intended to help sell a product, the activity of persuading people to support idea, the activity of helping something develop and succeed*”.

Secara umum promosi ialah ‘*suatu kegiatan atau pekerjaan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, yang mana kegiatannya untuk membantu menjual dan mempromosikan produk, serta membujuk orang untuk membeli, aktifitas ini sangat membantu perusahaan dalam mengembangkan produk yang dipasarkan*’.<sup>54</sup>

## 2. Tujuan Promosi

Adapun tujuan dari promosi yang dilakukan oleh perusahaan perbankan yaitu, sebagai berikut:<sup>55</sup>

- a. Untuk memperkenalkan dan menjual jasa-jasa produk yang dihasilkan.
- b. Agar bank dapat menghadapi saingan dalam pasar yang semakin kompetitif dan kompleks.
- c. Menjual nama baik dan gagasan yang baik tentang bank yang bersangkutan.

---

<sup>53</sup> *Ibid.*

<sup>54</sup> Nelly Nailatie M, *The Power Of Marketing*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 186.

<sup>55</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, op.cit.*, h. 169.

### 3. Alat-Alat Promosi

Komunikasi pemasaran perlu dirancang sedemikian rupa sehingga proses komunikasi berjalan efektif dengan biaya efisien. Beberapa alat promosi yang biasa digunakan oleh perusahaan perbankan untuk proses komunikasi pemasaran produk yang dimiliki kepada nasabahnya antara lain, yaitu periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan hubungan masyarakat. Keempat alat itu disebut bauran promosi (*promotion mix, promotion blend*).

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

Periklanan adalah salah satu bentuk promosi penjualan yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya, seperti; pameran, selebaran, poster, dan lain-lain. Sebagai bagian dari usaha untuk memberikan informasi tentang barang dan produsen melalui media iklan kepada target *customers* sebanyak-banyaknya.<sup>56</sup>

Secara umum keuntungan ialah “*benefit of advertising in greater detail, keep in mind that business marketers use advertising to communication to any large group. Not just potential customers*”.

Secara umum keuntungan ialah “*secara lebih rinci mendapatkan keuntungan dari iklan, perlu diingat bahwa bisnis pemasaran menggunakan iklan sebagai alat komunikasi kepada masyarakat luas, tidak hanya untuk calon pelanggan potensial saja*”.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Marwan Asri, *Marketing*, (Yogyakarta: Bpfe, 1986), *op.cit.*, h. 359.

<sup>57</sup> F. Robert Dwyer dan John F Tranner, *Business Marketing: Connecting Strategy Relationship and Learning*, (New York, McGraw-Hill Companies, 2001), h. 334.

Fungsi periklanan terdiri dari, yaitu:<sup>58</sup>

1) Memberikan Informasi

Iklan dapat memberikan informasi lebih banyak daripada yang lainnya, baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lain yang mempunyai kegunaan bagi konsumen. Nilai yang diciptakan oleh periklanan tersebut dinamakan faedah informasi, tanpa adanya informasi seperti itu orang tidak akan mengetahui banyak tentang suatu barang atau produk.

2) Membujuk Atau Mempengaruhi

Periklanan tidak hanya bersifat memberitahu saja tetapi juga bersifat membujuk terutama kepada pembeli-pembeli potensial, dengan menyatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari produk lain.

3) Menciptakan Kesan Atau *Image*

Dengan sebuah iklan orang akan mempunyai kesan tertentu tentang apa yang akan diiklankan. Dalam hal ini pemasang iklan selalu berusaha untuk menciptakan iklan yang sebaik-baiknya, misalnya dengan menggunakan warna, ilustrasi, bentuk dan layout yang menarik.

4) Memuaskan Keinginan

Periklanan merupakan salah satu alat komunikasi yang sangat efisien bagi para penjual. Mereka harus menggunakan untuk

---

<sup>58</sup> Basu Swastha, *Azaz Azaz Marketing*, (Yogyakarta, Liberty Yogyakarta, 1999), h. 246.

melayani orang lain, masyarakat dan mereka sendiri, periklanan merupakan alat pemasaran yang memudahkan komunikasi di antara pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran.

5) Periklanan Merupakan Alat Komunikasi

Periklanan adalah suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dengan cara efisien dan efektif. Dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara mengadakan pertukaran yang saling memuaskan.

Tujuan periklanan yaitu, sebagai berikut:<sup>59</sup>

- 1) Sebagai alat untuk memberikan informasi.
- 2) Meningkatkan penjualan barang atau jasa.
- 3) Membantu ekspansi atau perluasan pasar.
- 4) Mendukung penjualan pribadi dan kegiatan promosi.
- 5) Mencapai orang-orang yang tidak dapat dicapai oleh tenaga pemasaran dalam jangka waktu tertentu.
- 6) Memperkenalkan produk baru.
- 7) Untuk membentuk nama baik perusahaan.

---

<sup>59</sup> *Ibid.*, h. 252.



Jenis-jenis media yang dapat dipergunakan sebagai sarana iklan suatu perusahaan yaitu, sebagai berikut:<sup>60</sup>

- 1) Penyebaran brosur di tempat umum.
- 2) Pemasangan papan *billboard* di jalan yang strategis.
- 3) Pemasangan iklan di koran.
- 4) Pemasangan iklan di radio.
- 5) Pemasangan iklan di televisi (TV).
- 6) Dan media lainnya.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan terdiri dari kumpulan kiat intensif yang beragam, kebanyakan berjangka pendek, dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen. Iklan menawarkan alasan untuk membeli, promosi penjualan insentif untuk membeli. Promosi penjualan mencakup kiat untuk promosi konsumen (pemberian sampel harga, kupon, penawaran pengembalian uang, undian berhadiah, kontes, dan sebagainya).<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Jakfar dan Kas mir, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2003), h.58.

<sup>61</sup> Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta:PT Raja Grafindo, 2005), h. 223.

Menurut Willian D. Perreurt dan E. Jerome McCarthy dalam bukunya yang berjudul *Basic Marketing A Global Managerial Apporch* sales promotion yaitu:

Sales Promotion ialah “*sales promotion may be aimed at costumers, at a middleman, or at a firm’s own employes. Sales promotion can usually be implemented quickly and get results sooner. In fact, most sales promotion efforts are designed to produce immediate results*”.

Sales promotion ialah “*promosi penjualan mungkin bertujuan meningkatkan pelanggan, perantara, atau pada karyawan perusahaan itu sendiri. Promosi penjualan biasanya dilaksanakan dengan cepat dan mendapatkan hasil yang lebih cepat. Pada kenyataannya, kebanyakan upaya promosi penjualan dirancang untuk mendapatkan hasil yang langsung*”.<sup>62</sup>

Promosi penjualan memberikan manfaat sebagai berikut:<sup>63</sup>

1) Komunikasi

Ia menarik pemirsanya karena memberikan informasi yang menggiring orang terhadap satu produk.

2) Insentif

Promosi penjualan memberikan sebuah insentif yang menjadi rangsangan bagi pemirsanya dan selalu memberikan sesuatu yang memberikan nilai tertentu kepada konsumen.

3) Mengundang

Penawaran pada promosi penjualan bersifat segera. Konsumen diharapkan sese gera mungkin bertindak.

---

<sup>62</sup> Willian D. Perreurt dan E. Jerome McCarthy, *Basic Marketing A Global Managerial Apporch*, (New York: McGraw-Hill Companies, 2005), h. 380.

<sup>63</sup> Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta:PT Raja Grafindo, 2005), *op.cit.*, h. 223.

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

Penjualan pribadi adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Penjualan pribadi juga bisa dilakukan melalui komunikasi dua arah dan pribadi antara tenaga penjual dan pelanggan individu tanpa tatap muka, melalui telepon atau web.<sup>64</sup>

Penjualan pribadi ialah *the salesperson is a company's most direct tie to the customer, in the eyes of most customers, the salesperson in the company. As of offerings and gatherer of customer information, the sales representative is the final link in the culmination of company's marketing.*<sup>65</sup>

Adapun langkah-langkah yang terdapat dalam proses penjualan pribadi ialah:<sup>66</sup>

- 1) Mengadakan persiapan dengan memberikan pengertian tentang produk yang dijual, pasar yang dituju dan teknik-teknik penjualan.
- 2) Menentukan lokasi pembeli potensial dan buat daftar orang-orang yang logis dijadikan pembeli potensial.
- 3) Pelajari semua masalah tentang individu atau perusahaan yang dapat diharapkan sebagai pembeli.

---

<sup>64</sup> Basu Swastha, *Azaz Azaz Marketing, op.cit.*, h. 262.

<sup>65</sup> Philip R. Cateora dan John L. Graham, *Intenational Marketing*, (New York: McGrawHill Companies, 2005), h. 502.

<sup>66</sup> Basu Swastha, *Azaz Azaz Marketing, op.cit.*, h. 263.

- 4) Melakukan penjualan dengan cara memikat perhatian calon konsumen dan usahakan untuk mengetahui daya tarik mereka.
- 5) Setelah melakukan penjualan maka yang harus diberikan adalah jaminan kepada pembeli bahwa keputusan yang diambilnya tepat.

Keuntungan melaksanakan penjualan personal adalah sebagai berikut.<sup>67</sup>

- 1) Lebih mudah disesuaikan dalam cara menjualnya dengan keinginan konsumen yang diketahui dari reaksi konsumen terhadap barang yang dipromosikan.
- 2) Berbeda dengan cara promosi lain dapat melakukan penjualan secara perorangan, *salesman* atau *salesgirl* dapat langsung mengadakan penjualan pada saat terjadi kontak langsung dengan pembeli.
- 3) Dapat memberikan jawaban atas pertanyaan calon pembeli dan memberikan penjelasan atas keberatan-keberatannya serta dengan keahliannya dapat membuat calon pembeli yang semula tidak tertarik akan membeli barang tersebut.

---

<sup>67</sup> Winardi, *Pengantar Manajemen Penjualan*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1991), h.146.

#### 4) Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Hubungan masyarakat adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang atau organisasi yang disebar luaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya atau tanpa pengawasan sponsor.<sup>68</sup>

Hubungan masyarakat adalah “*public relation is the management function that focuses on the relationship and communication with individuals and group in order to create mutual good will*”.

Hubungan masyarakat adalah “*fungsi dari manajemen yang berfokus pada hubungan dan komunikasi individual maupun kelompok dalam rangka menciptakan hubungan baik dengan masyarakat maupun instansi terkait*”.<sup>69</sup>

Alat publisitas yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>70</sup>

##### 1) Hubungan Pers

Untuk memberikan berita dan informasi tentang organisasi secara sangat positif.

##### 2) Publikasi Produk

Mensponsori berbagai usaha secara khusus untuk mempublikasikan produk tertentu.

##### 3) Komunikasi Perusahaan

Mempromosikan pemahaman tentang organisasi baik mencakup komunikasi internal ataupun eksternal dalam menciptakan saling pengertian perusahaan.

---

<sup>68</sup> *Ibid.*

<sup>69</sup> F. Robert Dwyer dan John Tranner, *Business Marketing: Connecting Strategy Relationship And Learning*, *op. cit.*, h . 345.

<sup>70</sup> Winardi, *Pengantar Manajemen Penjualan*, *op.cit.*, h. 148.

#### 4) *Lobbying*

Kerjasama dengan ahli hukum dan pejabat pemerintah untuk mendukung atau menghapuskan undang-undang yang dapat mengganggu stabilitas usaha.

Usaha hubungan masyarakat membantu mempertahankan dan meningkatkan citra produk atau perusahaan. Kehumasan mempunyai keunggulan tersendiri dibandingkan bauran komunikasi lain. Keunggulan hubungan masyarakat ini sebagai berikut:<sup>71</sup>

##### 1) Kredibilitas Yang Tinggi

Berbagai liputan tentang perusahaan yang dibuat oleh para jurnalis biasanya mempunyai kredibilitas yang tinggi karena jurnalis biasanya menggunakan sesuatu tentang fakta-fakta penting yang harus diketahui pembacanya.

##### 2) Alternatif Alat Komunikasi

Tidak semua orang senang dengan cara-cara komunikasi pemasaran. Ada konsumen yang sangat “alergi” dengan iklan atau tenaga penjual. Iklan dianggapnya “bohong besar” sementara tenaga penjual seringkali dianggap “terlalu memaksa”. Informasi-informasi yang disampaikan lewat kehumasan dan publisitas bisa menjadi alternatif bagi orang-orang semacam ini.

---

<sup>71</sup> Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran, op. cit.*, h. 224.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis, Sifat, dan Lokasi Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis lakukan ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penulis langsung terjun ke lapangan untuk meneliti data yang berkenaan dengan masalah yang akan diteliti. Adapun penelitian yang penulis lakukan ini adalah bersifat deskriptif.<sup>72</sup> Yakni penelitian yang menggambarkan tentang bagaimana bauran promosi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang dan bagaimana kendala yang dihadapi, serta bagaimana solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang.

Untuk lokasi penelitian, penulis mengambil lokasi di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang beralamat di Jl. A. Yani Km 5.2. Pemilihan lokasi pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dikarenakan Bank Muamalat Indonesia Banjarmasin adalah salah satu bank syariah pertama di Indonesia yang menghimpun dana dengan akad *mudhārabah* kepada masyarakat yang dikenal dengan deposito dan kebetulan penulis juga pernah magang di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin selama dua bulan maka dari itu penulis mengambil lokasi penelitian di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang beralamat di Jl. A. Yani Km

---

<sup>72</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 11.

5.2, selain itu letak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang tidak terlalu jauh dengan kampus IAIN Antasari Banjarmasin memudahkan penulis menuju lokasi penelitian.

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.<sup>73</sup> Subjek penelitian ini adalah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Objek penelitian adalah sasaran atau tujuan utama penelitian.<sup>74</sup> Objek penelitian ini adalah tentang bauran promosi bank dalam meningkatkan jumlah nasabah deposito jangka panjang dan bagaimana kendala yang dihadapi serta solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang.

## **C. Data dan Sumber Data**

Adapun data yang akan digali penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Data**

Data penelitian ini adalah data yang berupa keterangan-keterangan yang berasal dari pihak-pihak yang terlibat langsung dan tidak langsung

---

<sup>73</sup> Tatang Manguny, *Subjek, Responden, dan Informan Penelitian*, [Http://Tatangmanguny.Wordpress.com](http://Tatangmanguny.wordpress.com). Diakses pada tanggal, 28 Maret 2015, pukul 13.00 Wita.

<sup>74</sup> Piau A Partantodan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), h. 35.



dengan objek yang diteliti dan data yang berhubungan dengan lokasi penelitian.<sup>75</sup> Data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara atau keterangan yang dikumpulkan dari Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, mengenai upaya dan strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang dan juga kendala yang dihadapi serta solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang.

## 2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh.<sup>76</sup> Sumber data yang akan dilakukan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

### a) Sumber Data Primer

Sumber data yang diperoleh langsung dari responden (objek penelitian), melalui survei dan observasi.<sup>77</sup> Responden dalam penelitian ini berjumlah 4 orang, yaitu: 2 orang *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, dan 2 orang *Customer Service Mobile Branch* Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

---

<sup>75</sup> Isma Ismi, *Pengertian Data*, [Http:// Isma-Is mi.Com/Pengertian-Data.html](http://Isma-Ismi.Com/Pengertian-Data.html). Diakses pada tanggal 10 April 2015, pukul 23.45 Wita.

<sup>76</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010) cet. XIV. h. 172.

<sup>77</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), cet. V.

b) Sumber Data Sekunder

Sumber data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti, dari objek penelitiannya. Data sekunder biasanya berupa bukti, catatan, atau laporan histori yang tersusun dalam arsip (data dokumentasi) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.<sup>78</sup> Dokumentasi dalam penelitian ini, yaitu catatan atau arsip perusahaan yang dapat diberikan kepada penulis untuk membantu kelengkapan informasi dari penelitian ini.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mengumpulkan data mengenai objek penelitian digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi, metode ini digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung terhadap objek penelitian yaitu dengan cara mengamati secara langsung bagaimana pelaksanaan objek yang diteliti penulis ke lokasi penelitian.
2. Wawancara, merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih, yang pertanyaannya diajukan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab.<sup>79</sup> Dimana penulis melakukan tanya jawab secara langsung dengan responden dan informan yang pertanyaannya telah disiapkan dengan terstruktur

---

<sup>78</sup> *Ibid.*

<sup>79</sup> Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2002), h. 130.

seperti menggunakan pedoman wawancara dimana peneliti telah mengetahui data dan menentukan focus serta perumusan masalah.<sup>80</sup>

## **E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data**

### 1. Teknik pengolahan data

Untuk mengolah data penelitian digunakan teknik sebagai berikut:

- a. *Editing*, yaitu penulis meneliti dan memeriksa kembali kelengkapan, kejelasan dan kesempurnaan data yang diperoleh di lapangan sehingga didapatkan data yang valid.
- b. Kategorisasi, penulis mengelompokkan data penelitian berdasarkan jenis permasalahannya yang diteliti.
- c. Deskripsi yaitu menyajikan data secara jelas dalam bentuk uraian hasil penelitian.

### 2. Analisis Data

Selanjutnya untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dan diolah akan dibahas dengan metode kualitatif, yakni melakukan suatu pembahasan terhadap data yang dilakukan dengan cara menafsirkan dan mendiskusikan data-data yang telah diperoleh dan diolah tersebut.

---

<sup>80</sup> Afifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009), h. 133.

## **F. Tahapan Penelitian**

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam penelitian maka penulis menggunakan tahapan-tahapan sebagai berikut:

### **a. Tahapan Pendahuluan**

Tahap ini penulis melaksanakan tugas kuliah atau yang dikenal magang di Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, kemudian penulis merasa tertarik untuk meneliti dan mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana upaya dan strategi pemasaran apa yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang dan juga kendala yang dihadapi serta solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang, dan setelah itu mengadakan peninjauan awal terhadap permasalahan yang akan diteliti dalam rangka mendapatkan gambaran umum, kemudian menyusunnya dalam bentuk proposal, kemudian dikonsultasikan kepada dosen pembimbing untuk meminta persetujuannya, selanjutnya diajukan ke Biro Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

### **b. Tahapan Proposal**

Setelah itu proposal diterima, penulis melakukan seminar proposal. Dalam tahapan seminar proposal ini, penulis mencantumkan pedoman wawancara yang akan diteliti, dan seminar proposal tersebut penulis diberi saran-saran dari dosen pembimbing dan peserta seminar,

kemudian dari saran-saran tersebut penulis memperbaikinya dan melakukan riset atau penelitian selama 2 bulan.

c. Tahapan Pengumpulan Data

Dalam tahapan ini penulis terjun ke lapangan untuk menemui responden dalam rangka mengumpulkan semua data yang diperlukan.

d. Tahapan Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data terkumpul selanjutnya diolah sesuai dengan teknik pengumpulan data dan dianalisis secara objektif, kemudian dikonsultasikan kepada dosen pembimbing dalam rangka perbaikan dan kesempurnaanya dapat diketahui.

e. Tahapan Penyusunan Laporan

Setelah dikonsultasikan dan disetujui maka hasil penelitian tersebut disusun dalam bentuk karya ilmiah yang disiapkan untuk dimunaasyahkan di hadapan Tim Penguji Skiripsi.

## **BAB IV**

### **LAPORAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin**

##### **1. Sejarah Singkat Perusahaan**

Bank Muamalat Indonesia didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 November 1991. Pendirian Bank Muamalat Indonesia (BMI) ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia., didukung oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim, pendirian Bank Muamalat Indonesia juga menerima dukungan dari masyarakat.<sup>81</sup> Kegiatan operasi Bank Muamalat Indonesia (BMI) dimulai pada 27 syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Setelah dua tahun sejak didirikan, bank muamalat berhasil mendapatkan predikat sebagai Bank Devisa tepatnya pada tanggal 27 Oktober 1994 pengakuan ini semakin memperkokoh posisi perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus berkembang.

Pada akhir tahun 1990an, Bank Muamalat Indonesia (BMI) terkena dampak krisis moneter. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat kerugian sebesar Rp. 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp. 39,3 miliar kurang dari sepertiga modal setor awal. Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat memperoleh bantuan dari *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah,

---

<sup>81</sup> Warkum Su mitro. *Asas-Aas Perbankan Islam: Lembaga-Lembaga Terkait BMUI & Takaful di Indonesia*, *op.cit.*, h. 84.

Arab Saudi. Pada Rapat Umum Pemegang Saham (RPUP) tanggal 21 Juni 1999, *Islamic Development Bank (IDB)*, secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat Indonesia. Dalam kurun waktu tahun 1999 sampai dengan tahun 2002, Bank Muamalat Indonesia (BMI) berhasil mengubah kondisi dari rugi menjadi laba melalui upaya dan dedikasi setiap kru Bank Muamalat Indonesia (BMI), kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

Pada akhir tahun 2004, Bank Muamalat Indonesia (BMI) tetap merupakan bank syariah terkemuka di Indonesia dengan jumlah aktiva sebesar Rp. 5,2 Triliun, modal pemegang saham sebesar Rp. 269,7 miliar serta perolehan laba bersih sebesar Rp. 48,4 miliar. Saat ini, Bank Muamalat Indonesia (BMI) merupakan satu-satunya bank syariah yang telah membuka kantor cabang di luar negeri yaitu di Kuala Lumpur, dan Malaysia. Dalam upaya aksesibilitas nasabah di Malaysia, Bank Muamalat Indonesia (BMI) melakukan kerjasama melalui jaringan *Malaysia Electronic Payment System (MEPS)* sehingga layanan dapat diakses di lebih dari 2000 ATM di Malaysia.

Sebagai bank pertama murni syariah, Bank Muamalat Indonesia (BMI) berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok Nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi oleh pemerintah, media massa, lembaga nasional, dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70 award bergengsi yang diterima oleh Bank Muamalat Indonesia (BMI)

dalam 5 tahun terakhir, antara lain: *Best Islamic Bank In Indonesia* tahun 2009 oleh *Islamic Finance News* (Kuala Lumpur), *Best Islamic Financial Institution in Indonesia* tahun 2009 oleh *Global Finance* (New York) serta *The best Islamic Finance House in Indonesia* tahun 2009 oleh *Alpha South East Asia* (Hong Kong).

Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang pertama kali beroperasi pada tahun 2003 yang terletak di Jl. A. Yani km. 6 dan sekarang cabang Banjarmasin dipindah di Jl. A. Yani km. 5,2 Banjarmasin. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mempunyai lantai beringkat 3. Lantai dasar terdiri dari *Banking Hall* (Unit Pelayanan), *Teller*, *Customer Service* (CS), dan ruangan *Back Office* (BO) serta ruangan bagian *Unit Support Pembiayaan* (USP). Lantai 2 terdiri dari ruangan bagian *Marketing Financing*, ruang rapat, dan ruangan *Branch Manager*. Lantai 3 terdiri dari ruangan *Marketing Funding*, mushala, dan dapur umum. Selain itu di halaman Bank terdapat satu buah mesin *Automatic Teller Machine* (ATM) dan disamping bank terdapat pos penjaga keamanan, sedangkan toilet terdapat di setiap lantai. Bank Muamalat Cabang Banjarmasin telah membuka 5 kantor cabang pembantu, yaitu; *Pertama*, di Kayutangi Cabang Kas di Pasar Harum manis. *Kedua*, di Banjarbaru. *Ketiga*, di Martapura. *Keempat*, di Barabai. dan *Kelima*, di Kandangan. Direncanakan pada tahun-tahun mendatang akan dibuka kantor cabang kas lainnya di Banjarmasin.



## 2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

### a. Visi Bank Muamalat Indonesia

*“Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual di kagumi di pasar rasional”.*

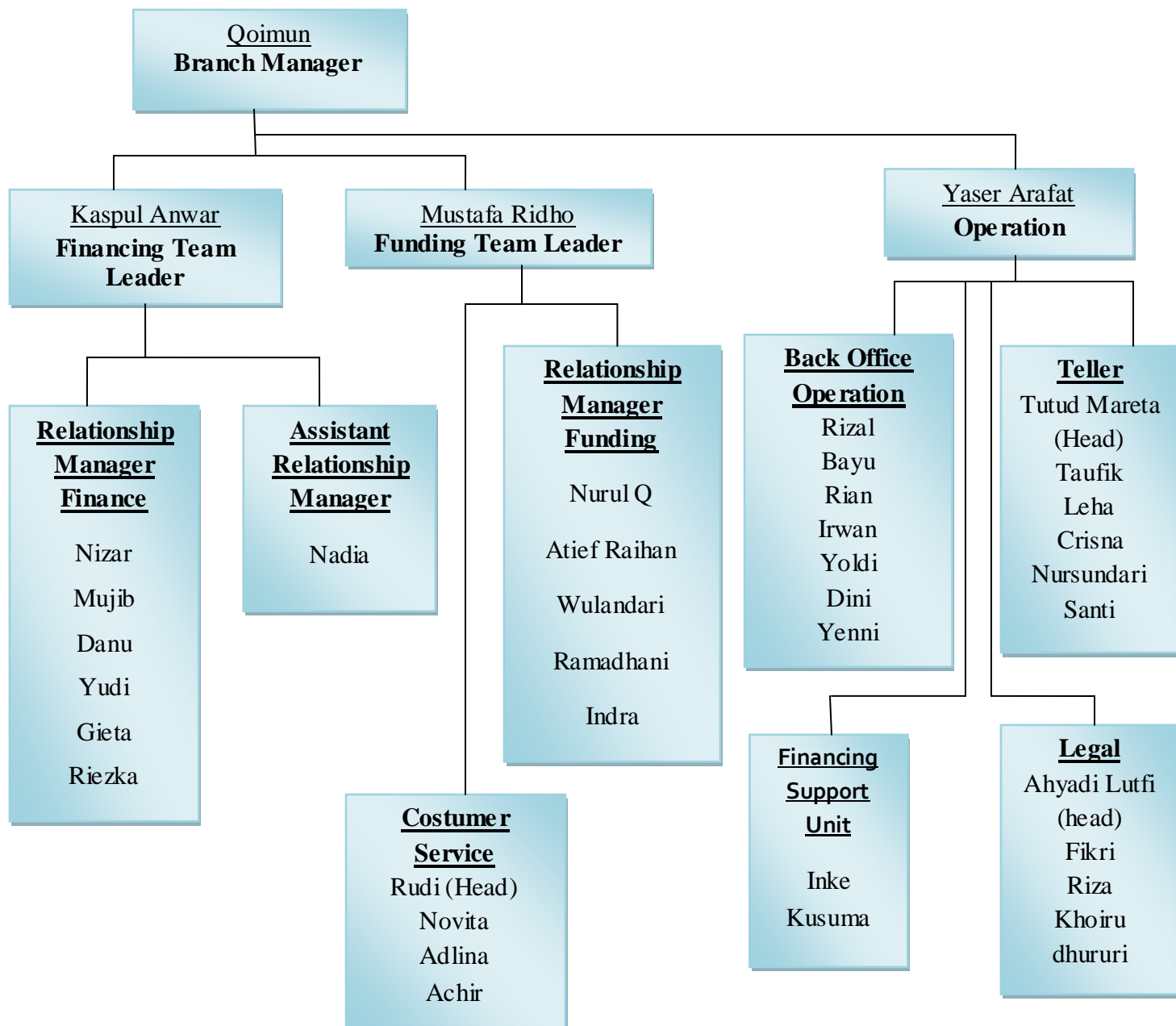
### b. Misi Bank Muamalat Indonesia

*“ Menjadi role model lembaga keuangan syariah dunia dengan penekanan semangat pada kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi stakeholder”.*

## 3. Struktur Organisasi dan *Job Description*

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan tegas mengenai pola hubungan kerja, wewenang serta tanggung jawab dalam organisasi, maka biasanya akan disusun dan diatur dalam struktur organisasi. Adapun struktur organisasi pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin dapat dilihat pada gambar berikut :

**Struktur Organisasi pada Bank Muamalat Cabang  
Banjarmasin Tahun 2015**



**Sumber: Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin**

Adapun uraian tugas-tugas pada masing-masing bagian pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin adalah sebagai berikut:

a. *Branch Manager*

Bertanggung jawab atas jalannya kegiatan operasional maupun financial cabang, memberikan bimbingan dan motivasi pada seluruh karyawan, menyelesaikan segala permasalahan yang muncul dicabang yang di pimpin, serta membina hubungan yang baik dengan instansi terkait atau pengusaha, daerah.

b. *Sub Branch Manager*

Bertugas mengadministrasi pekerjaan-pekerjaan pimpinan serta membanu pekerjaan pimpinan cabang.

c. *Operation Officer*

Bertanggung jawab terhadap kelancaran rutinitas operasional cabang yang terkait dengan layanan yang diberikan oleh *teller* kepada non-nasabah maupun nasabah, baik yang datang secara langsung maupun melalui telepon. Bertanggung jawab terhadap kelancaran kegiatan operasional Cabang yang terkait dengan aktivitas *Back Office*, *Branch Office*, *Support* pembiayaan, termasuk diantaranya pendokumentasian, melakukan analisa dan penyajian laporan-laporan pendukung

d. *Personalia*

Bertanggung jawab atas proses rekrutmern, penempatan, pengembangan, pemeliharaan, dan penggunaan karyawan. Melakukan pemberian gaji karyawan dan kompensasi serta lainnya pada karyawan.

Menetapkan kebijakan perusahaan. Serta menyelesaikan masalah-masalah yang berkaitan dengan kepersonaliaan.

e. Bagian Operasi

Melakukan pembukuan atas transaksi tabungan, giro, dan deposito. Bertanggung jawab atas transaksi transfer, inkaso, kliring, dan jasa perbaikan lainnya. Serta melakukan laporan mingguan atau bulanan tentang likuiditas bank kepada Bank Indonesia

f. Bagian Saran *Logistic*

Bertanggung jawab atas pengadaan barang atau perlengkapan kantor dan bertanggung jawab atas transaksi kas kecil.

g. Bagian Operasional Pembiayaan

Melakukan pembiayaan atas transaksi yang ada kaitannya dengan pembiayaan dan mengidentifikasi status nasabah lancar, kurang lancar, serta macet.

h. *Unit Support* Pembiayaan

Keberadaan USPD adalah membantu atau memperlancar proses pembiayaan para nasabah dalam hal pengadministrasian yang diajukan oleh RMF, melakukan pemeriksaan, penyidikan ( investigasi) dan sekaligus menilai barang yang akan dijadikan jaminan pembiayaan, mengumpulkan data-data terkait pembiayaan dan pengolahannya dalam bentuk laporan.

i. *Marketing (Financing dan Funding)*

Bertanggung jawab atas penyaluran pembiayaan, serta menjaga pembiayaan yang teralirkan agar tetap lancar. Berusaha mencari dan mengumpulkan sebanyak mungkin depositan-depositan yang potensial.

j. *Customer Service*

Memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk dan layanan Bank Muamalat Indonesia serta memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah terkait dengan produk dan layanan Bank Muamalat Indonesia.

k. *Teller*

Melayani transaksi tunai maupun nontunai, dalam mata uang rupiah dan valas.

4. Produk dan Jasa Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, terbagi dalam:

a. Pendanaan

- 1) Giro Wadiah ( Perorangan dan Institusi).
- 2) Tabungan.
  - a) Tabungan iB Muamalat.
  - b) Tabungan Muamalat Wadiah.
  - c) Tabungan Muamalat Dollar.
  - d) Tabungan Haji Arafah.
  - e) Tabungan Haji Arafah Plus.

- f) Tabungan Muamalat Umrah.
  - g) TabunganKu.
  - h) Tabungan IB Muamalat Wisata.
  - i) Tabungan IB Muamalat Prima
- 3) Deposito (*Mudhārabah dan Fullinvest*).
- b. Pembiayaan
- 1) Konsumen.
    - a) Pembiayaan Hunian Syariah.
    - b) Dana Talangan Porsi Haji.
    - c) Pembiayaan Muamalat Umroh.
    - d) Pembiayaan Anggota Koperasi.
  - 2) Modal Kerja.
    - a) Pembiayaan Modal Kerja.
    - b) Pembiayaan LKM Syariah.
    - c) Pembiayaan Rekening Koran Syariah.
  - 3) Investasi.
- c. Layanan atau Jasa
- 1) International Banking.
    - a) Remittance BMI-May Bank.
    - b) Remittance BMI-BMMB.
    - c) Remittance BMI-NCB.
    - d) Tabungan Nusantara.
    - e) Bank Garansi.

- f) Ekspor.
- g) Impor.
- h) Ekspor Impor Non LC Financing.
- i) SKBDN.
- j) Letter Of Credit.
- k) Stand By LC.

## **B. Penyajian Data**

Setelah data yang diperlukan terkumpul dengan teknik wawancara dan observasi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data tentang upaya bank meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Dalam penyajian data ini, penulis akan mengemukakan berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan tentang bagaimana upaya bank dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, dan bagaimana kendala yang dihadapi serta bagaimana solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang, sebagai berikut:

### **1. Bauran Promosi Bank dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penghimpun Dana Deposito Jangka Panjang Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin**

Suatu perusahaan dalam memasarkan produknya perlu menyusun strategi, cara, dan juga sebuah upaya pemasaran guna mengembangkan suatu produk dan meningkatkan jumlah konsumen/nasabah. Bank Muamalat Indonesia merupakan salah satu bank yang berbasis syariah yang bergerak di bidang perbankan syariah dengan kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dan menyalurkannya kembali dana tersebut kepada masyarakat. Bank



Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin pengoperasiannya tidak menggunakan sistem riba, hal ini dikarenakan melanggar syariat Islam.

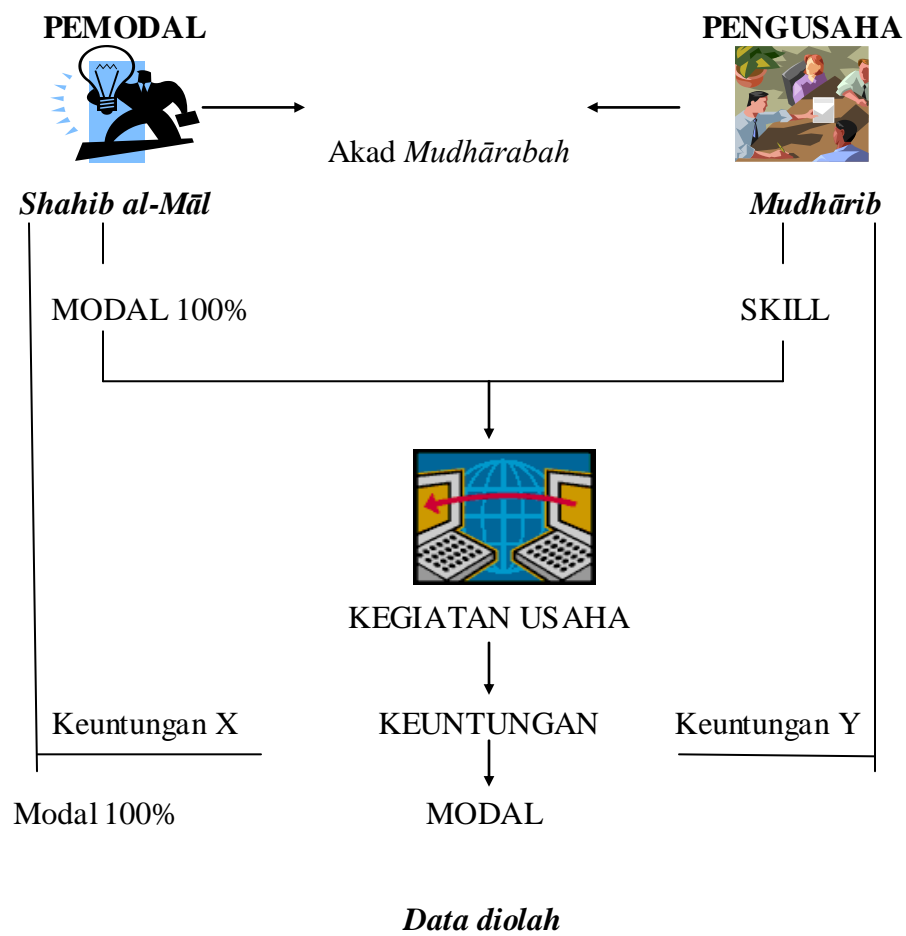
Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mempunyai berbagai macam produk syariah seperti produk penghimpun, penyaluran dana, serta produk jasa. Salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia dalam bentuk penghimpun dana adalah produk simpanan yaitu deposito, terutama deposito jangka panjang.

Deposito Muamalat adalah salah satu nama produk penghimpun dana yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin. Deposito dirancang sebagai sarana untuk investasi bagi masyarakat yang mempunyai dana lebih yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu (1, 3, 6, dan 12 bulan) berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank, dari kelebihan dana tersebut nasabah menandatangani dengan tujuan mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan yang diberikan setiap bulannya oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dengan jangka waktu yang telah disepakati, dengan akad *mudhārabah*. Deposito baru bisa dicairkan sesuai dengan tanggal jatuh temponya. Bila deposito dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo, maka akan kena *penalty rate* (denda).

Akad *mudhārabah* yang dimaksud di sini yaitu akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara *mudhārabah* dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak,

sedangkan bila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola.<sup>82</sup>

### Bagan Proses *Mudhārabah*



<sup>82</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, op. cit., h. 95.

Pada Bank Muamalat Indonesia, produk deposito muamalat terbagi menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:<sup>83</sup>

a. Deposito *Mudhārabah*

Deposito *Mudhārabah* adalah deposito berjangka yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, memiliki produk investasi jangka panjang yang aman dalam bentuk Rupiah dan USD, jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan. Dengan perbandingan nisbah bagi hasil nasabah 1 bulan 50% :50%, 3 bulan 51% :49%, 6 bulan 53% :47%, dan 12 bulan 54% :46%.

Spesifikasi produk dan keunggulan deposito *mudhārabah* pada Bank Muamalat Indonesia adalah:

- 1) Merupakan jenis simpanan pada bank yang diperuntukkan baik perorangan maupun badan hukum dalam bentuk mata uang rupiah maupun valuta asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo deposito.
- 2) Untuk deposito *mudhārabah*, setoran minimal sebesar Rp. 5.000.000 atau USD 1.000.
- 3) Jangka waktu fleksibel yang dapat dipilih, yaitu: 1, 3, 6, dan 12 bulan.
- 4) Deposito *mudhārabah*, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dan bank akan membagikan keuntungan nisbah bagi hasil yang sangat menarik dan optimal setiap bulannya. Dana

---

<sup>83</sup> Rudi Cahyadi, *Customer Service Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 26 April 2015, Pukul 04.30 Wita.

investasi nasabah dikelola secara syariah, sehingga memberikan ketenangan batin dalam berinvestasi.

- 5) Dapat dipergunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi Bank Muamalat Indonesia.

b. Deposito *Funlinves*

Deposito *Funlinves* adalah deposito berjangka yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, yang memiliki fasilitas asuransi jiwa syariah dan jangka wadatnya 6 dan 12 bulan. Dengan perbandingan nisbah bagi hasil nasabah 6 bulan 53%:47%, dan 12 bulan 54%:46%.

Spesifikasi produk dan keunggulan deposito *funlinves* pada Bank Muamalat Indonesia adalah:

- 1) Merupakan jenis simpanan pada bank yang diperuntukkan baik perorangan maupun badan hukum dalam bentuk mata uang rupiah maupun valuta asing yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo deposito.
- 2) Untuk deposito *funlinves* setoran minimal sebesar Rp. 5.000.000 atau USD 2.500.
- 3) Jangka waktu fleksibel yang dapat dipilih, yaitu: 6, dan 12 bulan.
- 4) Deposito *funlinves*, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dan bank akan membagikan keuntungan nisbah bagi

hasil yang sangat menarik dan optimal setiap bulannya. Dana investasi nasabah dikelola secara syariah, sehingga memberikan ketenangan batin dalam berinvestasi.

- 5) Khusus untuk deposito *funlinves*, nasabah akan memperoleh gratis fasilitas asuransi jiwa syariah senilai deposito atau maksimal Rp. 50.000.000/nasabah.
- 6) Dapat dipergunakan sebagai jaminan pembiayaan atau untuk referensi Bank Muamalat Indonesia.

Adapun syarat-syarat pembukaan rekening deposito muamalat, yaitu:

- 1) WNI: KTP/SIM/Paspor yang masih berlaku dan NPWP.
- 2) WNA: KITAS/KIMS.
- 3) Perusahaan/Institusi: NPWP, Dokumen Legalisasi, dan Dokumen izin usaha.
- 4) Setoran pembukaan minimal.
- 5) Biaya materai.

Deposito Muamalat ini sangat cocok digunakan untuk investasi berjangka bagi masyarakat yang mempunyai dana lebih yang tidak dipergunakan atau tidak terkelola untuk dibukakan rekening deposito muamalat, dan selain itu juga mendapatkan nisbah atau bagi hasil menguntungkan.

Cara menghitung bagi hasil, yaitu:

$$\text{Bagi hasil} = \frac{\text{Rata-rata dana nasabah}}{1000} \times \text{HI-1000} \times \frac{\text{Nisbah nasabah}}{100}$$

Seperti perusahaan lain pada umumnya, Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin juga menetapkan upaya dan strategi pemasaran untuk menjual produknya. Tujuannya adalah untuk mencapai tujuan bank yakni ingin menjaring masyarakat untuk ke Bank Muamalat Indonesia serta hendak mewujudkan Bank Muamalat Indonesia sebagai cabang penuh. Oleh karena itu dibutuhkan langkah-langkah progresif dan strategis agar tujuan tersebut dapat terpenuhi.

Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas, Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin menggunakan beberapa strategi promosi yang baik dalam upaya peningkatan jumlah nasabah penghimpun dana jangka panjang, terutama produk pendanaan simpanan deposito jangka panjang yang ada di Bank Muamalat Indonesia.

Adapun strategi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia dalam upayanya memasarkan produk penghimpunan dana deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin meliputi empat variable dalam bauran promosi yaitu, sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*)

Dari wawancara yang dilakukan dengan Ibu Nurul Qomariah selaku *staff marketing funding*,<sup>84</sup> dalam memperkenalkan produk-produknya kepada masyarakat terutama produk deposito jangka panjang. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin menggunakan beberapa upaya dan strategi bauran promosi, iklan yang diterapkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin melalui media elektronik ataupun cetak. Alat yang digunakan dalam periklanan tersebut yaitu, meliputi:

- a) Bank Muamalat Indonesia memasang iklan di televisi, sebagai salah satu sarana untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat untuk secara lebih luas.
- b) Memberikan atau menyebarkan brosur-brosur kepada masyarakat atau calon nasabah.
- c) Memasang spanduk-spanduk dan papan *billboard* yang diletakkan ditempat-tempat strategis.
- d) Adanya website Muamalat, yaitu: [www.muamalat.com](http://www.muamalat.com) yang memuat tentang seluk-beluk Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mulai dari produk, keunggulan dan hal-

---

<sup>84</sup> Nurul Qomariah, *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 18 April 2015.

hal lain yang berhubungan dengan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

## 2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

*Sales promotion* yaitu promosi langsung yang digunakan dengan melakukan promosi penjualan yang dilakukan dengan mendatangi secara langsung target/sasaran calon nasabah atau nasabah yang sudah aktif, yang dikenal dengan strategi jemput bola.

Kegiatan para *sales promotion* ini dilakukan oleh para *staff marketing funding*, kegiatan ini untuk memberikan pengetahuan masyarakat, menarik minat, dan meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana deposito, khususnya deposito jangka panjang. Kegiatan *sales promotion* ini yang menerjunkan langsung para *staff* ahli dari *marketing funding* untuk mempromosikan dan mencari nababah potensial dan biasanya sasaran tujuan *staff marketing funding* Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin adalah di tempat-tempat yang ramai, seperti: pasar-pasar yang ada di Banjarmasin yang terdapat banyak para pedagang yang mempunyai toko. *Sales promotion* juga bisa mendatangi langsung nasabah-nasabah potensial kerumahnya.

Promosi para *sales promotion* ini dilakukan dari *mouth to mouth* dengan mendatangi langsung ke rumah, toko para pedagang di pasar atau di toko-toko masyarakat pribadi untuk mempromosikan produk-produk yang ada di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, khususnya produk deposito jangka panjang.



Selain itu Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk menarik minat nasabah, dengan memberikan hadiah-hadiah menarik kepada nasabah yang loyalitasnya tinggi kepada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, dan Bank Muamalat Indonesian Cabang Banjarmasin juga tidak segan-segan memberikan spesial nisbah yang tinggi bagi nasabah yang menandatangani dananya hingga mencapai minimal Rp. 100 juta. Karena semakin lama seorang deposan menandatangani dananya maka otomatis nisbah bagi hasil yang diperoleh akan semakin besar yang diterima.

### 3. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

*Personal Selling* adalah promosi langsung yang digunakan dengan melakukan promosi penjualan secara *personal* atau individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Penjualan pribadi juga bisa dilakukan melalui komunikasi dua arah antara tenaga penjual dan pelanggan individu tanpa tatap muka, yaitu melalui telepon atau web.

Dimana secara rutin pihak Bank Muamalat Indonesian Cabang Banjarmasin melakukan silaturahmi dengan para nasabah-nasabah potensial, dengan mendatangi langsung nasabah tersebut kerumahannya atau bisa juga melalui telepon, sms, bbm, atau media sosial lainnya. Untuk diminta bergabung dengan Bank Muamalat Indonesian Cabang Banjarmasin. Calon-calon nasabah tersebut didekati dan selalu dijaga hubungan baik agar di dalam diri nasabah timbul kepercayaan terhadap bank dengan cara mendemonstrasikan produk-

produk unggulan dari Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin serta menonjolkan kelebihan-kelebihan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

#### 4. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dengan mempublikasi produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, khususnya produk deposito jangka panjang dengan mensponsori berbagai usaha secara khusus untuk mempublikasikan produk tertentu, dan menjadi sponsor pada event-event tertentu. Serta menjalin hubungan baik dengan instansi-instansi terkait.

Tujuan kegiatan ini memberikan kepercayaan maupun pengetahuan tentang adanya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang berdiri di Kota Banjarmasin, selain bertujuan ingin meningkatkan profit, juga menarik minat nasabah untuk bergabung di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Jadi kesimpulannya, upaya dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk memasarkan produk penghimpun dana deposito jangka panjang dengan menggunakan empat bauran promosi, yaitu: strategi dalam periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, dan hubungan dengan masyarakat. Upaya dan strategi dalam pemasaran produk perbankan merupakan hal yang penting. Karena keberhasilan ataupun kegagalan suatu upaya pemasaran akan sangat berpengaruh dalam memperoleh nasabah. Dan dalam hal ini sebagai bank yang

terus berkembang, Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin senantiasa selalu meningkatkan mutu, kualitas, pelayanan, dan melakukan beberapa terobosan yang cukup hebat sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia, tentunya dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan pihak bank.

## **2. Kendala yang dihadapi dan solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang**

Setiap upaya bank untuk memasarkan produknya terutama dalam produk investasi jangka panjang seperti deposito berjangka, tidak selalu berjalan dengan lancar, banyak kendala-kendala yang dihadapi oleh perbankan baik kendala internal maupun eksternal pasti akan ada kendala yang dihadapi. Jika kendala-kendala yang dihadapi tidak diselesaikan dengan baik, maka akan berdampak terhadap pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan jasa terutama perbankan syariah itu sendiri, dan tidak terkecuali pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Kendala-kendala ini sebagai penghambat proses pertumbuhan perusahaan jasa terutama perbankan syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah atau profit, kendala yang menjadi hambatan dalam upaya pemasaran produk investasi deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, dapat dikelompokkan menjadi dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal.

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor ancaman dari luar, atau bisa dikatakan faktor ancaman keadaan dari luar institusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin itu sendiri. Untuk faktor eksternal yang dimaksud yang sedang dihadapi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, diantaranya saat ini adalah:

Kurangnya pengetahuan masyarakat, masih minimnya pengetahuan masyarakat tentang adanya Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Banjarmasin. Padahal Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai bank Islam pertama yang didirikan di Indonesia yang menggunakan dan pengoperasiannya berdasarkan syariat Islam yang terbebas dari unsur-unsur ribawi. Bank Muamalat Indonesia adalah bank Islam pertama yang dinyatakan sebagai bank yang beroperasi dengan sistem bagi hasil.

Keberadaan Bank Muamalat Indonesia di Banjarmasin khususnya, terbilang masih sedikit sehingga membuat masyarakat masih minim pengetahuan tentang seluk-beluk Bank Muamalat Indonesia itu sendiri di Banjarmasin secara lebih mendalam. Hal ini sesuai dengan wawancara yang diungkapkan oleh Bapak Rudi Cahyadi selaku CS,<sup>85</sup> yang menyatakan bahwa, “Bank Muamalat Indonesia di Banjarmasin terdiri dari 5 kantor cabang pembantu, yaitu; *Pertama*, di Kayutangi dan Cabang Kas di Pasar Harum manis. *Kedua*, di Banjarbaru. *Ketiga*, di Martapura. *Keempat*, di Barabai, dan *kelima*, di Kandangan”.

---

<sup>85</sup> Rudi Cahyadi, *Coustemer Service* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 23 April 2015

Keberadaan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang masih sedikit dan jarang membuat pengetahuan masyarakat tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin masih minim, dan banyak masyarakat yang menganggap sistemnya hampir sama dengan bank konvensional. Pengetahuan masyarakat yang minim tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin adalah salah satu kendala yang sangat besar bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam menawarkan produknya apalagi produk Muamalat deposito jangka panjang, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ainah selaku *staff marketing funding* di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin,<sup>86</sup> ketika proses promosi ke masyarakat terutama pedagang pasar, masyarakat tidak mengetahui keberadaan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin beserta produk-produknya, sehingga harus bekerja keras menjelaskan secara detail tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin beserta produk-produknya.

Juga seperti halnya yang penulis alami sendiri ketika penulis magang selama 2 bulan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, dan ketika itu penulis ikut serta untuk memasarkan produk muamalat di pasar-pasar, ternyata masih banyak sekali masyarakat di pasar tersebut yang masih belum mengetahui tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, lokasi keberadaan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin itu sendiri, dan tidak mengetahui produk-produk apa saja yang di tawarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang berbasis syariah, sehingga harus

---

<sup>86</sup> Ainah, *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 23 April 2015.

menjelaskan secara detail tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dan produk-produk syariahnya.

b. Faktor Internal

Adapun faktor selanjutnya yang akan dibahas adalah faktor internal, faktor internal adalah faktor ancaman dari yang menyangkut bagian dalam perusahaan dari Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin itu sendiri. Atau dengan kata lain kendala yang timbul dari dalam Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin itu sendiri dan sifatnya dapat diselesaikan sendiri tanpa bantuan dari pihak luar.

Kendala yang dimaksud ialah adanya persaingan antar bank. Selain minimnya pengetahuan masyarakat tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin sebagai kendala terbesar didalam memasarkan produk terutama produk penghimpunan dana investasi jangka panjang. Persaingan antar bank, baik persaingan dengan bank syariah ataupun bank konvensional juga menjadi salah satu bagian dari kendala yang dihadapi perbankan khususnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk kemasyarakatan.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Nurul Qomariah selaku *staff marketing funding*,<sup>87</sup> bahwasanya persaingan antar bank ini, bisa saja bank lain memberikan fasilitas-fasilitas penunjang bagi nasabah serta bagi hasil yang lebih besar atau tinggi daripada bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin kepada nasabah calon deposan. Selain itu bisa saja bank lainnya juga memberikan hadiah-hadiah yang lebih menarik daripada hadiah yang diberikan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin guna menarik minat masyarakat.

Dari pemaparan panjang lebar di atas, tentang kendala-kendala yang di hadapi Bank Muamalat Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang, dapat disimpulkan kendala eksternal yang dihadapi, yaitu: kurangnya pengetahuan masyarakat tentang adanya Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisai yang dilakukan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin guna meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang adanya Bank Muamalat di Banjarmasin dan keberadaan kantor cabang Bank Muamalat yang jumlahnya masih sedikit di Banjarmasin membuat pengetahuan masyarakat tentang Bank Muamalat masih sangat minim. Sedangkan kendala internal yang dihadapi, yaitu: adanya persaingan antar bank baik bank syariah ataupun dengan bank konvensional.

---

<sup>87</sup> Nurul Qomariah, *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 23 April 2015.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin memiliki solusi sendiri dalam menghadapi kendala-kendala tersebut menurut penuturan Ibu Nurul Qomariah dari hasil wawancara langsung, bahwasanya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi setiap nasabah maupun calon nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dengan memberikan pelayanan prima, memberikan kemudahan-kemudahan serta fasilitas-fasilitas penunjang dalam bertransaksi, bagi hasil optimal serta transparan, dan bahkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin juga tidak segan-segan memberikan spesial nisbah yang tinggi bagi nasabah yang menandatangani danannya hingga mencapai minimal Rp. 100 juta. Karena semakin lama seorang deposan menandatangani danannya maka otomatis nisbah bagi hasil yang diperoleh akan semakin besar yang diterima, serta memberikan hadiah menarik lainnya bagi nasabah yang memiliki loyalitas tinggi kepada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.



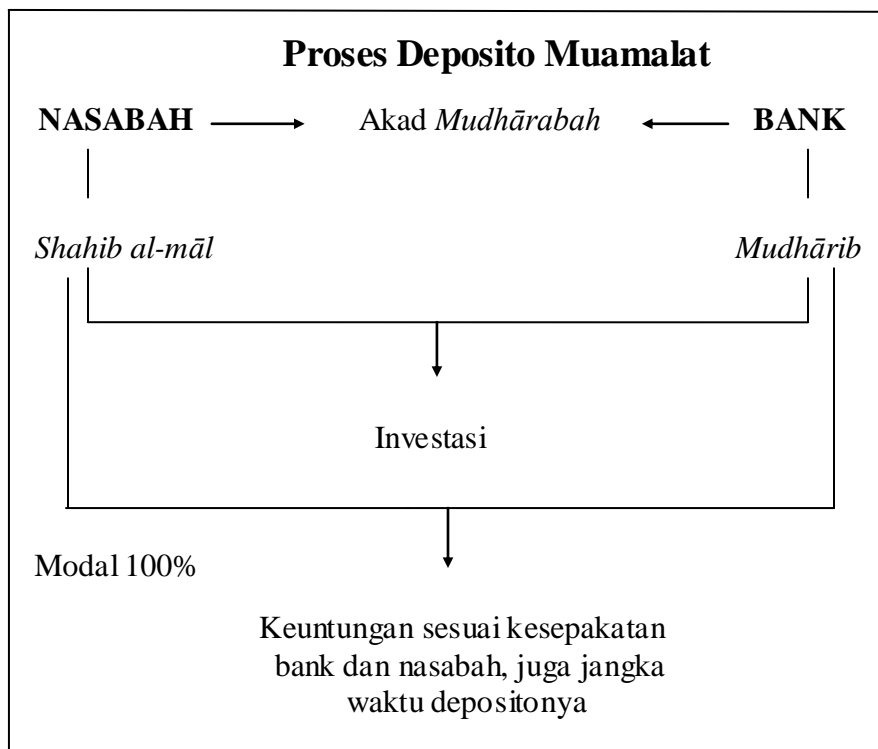
### C. Analisis Data

Sesuai dengan penyajian data di atas, maka penulis akan menganalisis temuan tersebut dengan sistematika urutan penyajian data di atas, adapun analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Bauran Promosi Bank dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penghimpun Dana Deposito Jangka Panjang pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Sebagaimana yang telah dipaparkan pada penyajian data di atas, Deposito Muamalat adalah salah satu nama produk penghimpun dana yang terdapat pada Bank Muamalat Indonesia. Deposito dirancang sebagai sarana untuk investasi bagi masyarakat yang mempunyai dana lebih yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpanan dengan bank, dari kelebihan dana tersebut nasabah menandatangani dengan tujuan mendapatkan bagi hasil yang menguntungkan yang diberikan setiap bulannya oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dengan jangka waktu yang telah disepakati, dengan menggunakan akad *mudhārabah*. Deposito baru bisa dicairkan sesuai dengan tanggal jatuh temponya. Bila deposito dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo, maka akan kena *penalty rate* (denda).

*Mudhārabah* merupakan prinsip bagi hasil ketika nasabah sebagai pemilik modal (*shahib al-māl*) menyerahkan uangnya kepada bank sebagai pengusaha (*mudhārib*) untuk diusahakan atau dikelola bank. Keuntungan dibagi sesuai kesepakatan, dan kerugian ditanggung oleh pemilik dana atau nasabah.



*Data diolah*

Dari hasil wawancara, investasi tabungan berjangka atau yang dikenal dengan Deposito yang berbasis *mudhārabah* pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin terbagi 2, yaitu; Deposito *Mudhārabah* dan Deposito *Funlinves*.

Produk Deposito yang ada di Bank Muamalat Cabang Banjarmasin menggunakan akad *mudhārabah*, dan itu diperbolehkan dalam Islam. Seperti yang tertera dalam QS. *Al-Baqarah* ayat 198 sebagai berikut:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ ۗ

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu”. (*Al-Baqarah*: 198).

Dari ayat di atas menunjukkan diperbolehkannya untuk berinvestasi secara perniagaan atau kerjasama dengan beberapa pihak, asal tidak ada salah satu pihak yang merasa dirugikan dengan perniagaan tersebut. Dalam Deposito Muamalat ini adanya perniagaan antara nasabah dengan bank, yang mana antara keduanya akan mendapat nisbah dari hasil usahanya sesuai kesepakatan bersama dan jangka waktu yang ditetapkan di awal akad, yaitu: Dengan perbandingan nisbah bagi hasil nasabah 1 bulan 50%:50%, 3 bulan 51%:49%, 6 bulan 53%:47%, dan 12 bulan 54%:46%. Bahkan bisa lebih dengan spesial nisbah yg diberikan bank kepada nasabah.

Bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, untuk dapat mempertahankan dan agar dapat meningkatkan jumlah nasabah deposito jangka panjang sebaiknya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin lebih memberikan penjelasan dengan meyakinkan tentang kelebihan-kelebihan produk-produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, terutama produk investasi berjangka bahwa deposito jangka panjang lebih menjamin berinvestasi secara lebih lama dan uangnya terjamin terutama orang bagi yang mempunyai kelebihan dana yang memang uang tersebut tidak dipakai dan terkelola sangat cocok bila uang tersebut di investasikan dalam bentuk deposito jangka panjang.

Menurut bapak Achir selaku *customer service*, bahwa nasabah lebih banyak memilih deposito jangka pendek daripada deposito jangka panjang. Hal inilah yang membuat penulis tertarik meneliti untuk menggali informasi tentang deposito jangka panjang. Karena bisa mempengaruhi aset bank untuk dikelola dananya kembali dan disalurkan kembali kepada masyarakat. Biasanya deposito jangka panjang ditawarkan kepada nasabah yang berkompeten untuk dilakukan pembukaan rekening deposito yang mana calon nasabah tersebut memiliki dana simpanan yang memang tidak dipakai atau terkelola.<sup>88</sup>

Jika nasabah lebih memilih deposito jangka pendek, nasabah ingin lebih cepat mengambil uangnya karena tidak ingin terlalu lama menyimpan uangnya di bank dalam bentuk deposito jangka panjang dan sebagian nasabah

---

<sup>88</sup> Achir Joko Yulianto, *Customer Service* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 14 April 2015.

masih belum sepenuhnya mengetahui/memahami tentang keunggulan deposito jangka panjang. Oleh karena itulah, nasabah lebih banyak memilih deposito jangka pendek. Untuk itu perlu adanya sosialisasi dan juga penjelasan yang mendalam dari pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk meyakinkan nasabah tentang produk deposito jangka panjang yang akan tentunya lebih menguntungkan bagi nasabah. Seperti diadakannya pertemuan-pertemuan nasabah deposito jangka pendek dengan menjelaskan mekanisme investasi deposito jangka panjang seperti apa. Akad yang digunakan seperti apa. Bagi hasil yang diterima nasabah berapa. Dan keuntungan apa saja yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin kepada nasabah.

Upaya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin sendiri dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpunan dana, terutama produk investasi deposito jangka panjang, banyak strategi dan upaya yang telah dilakukan mulai dari pengenalan produk kepada masyarakat dengan menggunakan beberapa upaya dan strategi bauran promosi yang meliputi, yaitu:

Promosi langsung yang digunakan antara lain dengan *personal selling* yaitu melakukan promosi penjualan yang dilakukan dengan mendatangi secara langsung calon nasabah atau yang dikenal dengan strategi jemput bola, yaitu dimana secara rutin melakukan silaturahmi dengan para nasabah dengan mendatangi langsung nasabah-nasabah potensial kerumahnya atau mendatangi calon nasabah kepasar-pasar, atau melalui telepon, sms, bbm, atau media sosial lainnya untuk diminta bergabung dengan Bank Muamalat Indonesian Cabang Banjarmasin. Calon-calon nasabah tersebut didekati dan selalu dijaga

hubungan baik agar di dalam diri nasabah timbul kepercayaan terhadap bank dengan cara mendemonstrasikan produk-produk unggulan dari Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dengan menonjolkan kelebihan-kelebihan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta memberikan pelayanan secara optimal kepada nasabah pada saat melakukan tanya jawab seputar kelebihan dan kekurangan deposito jangka panjang.

Strategi *personal selling* atau yang lebih dikenal dengan jemput bola yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, sangatlah membantu bagi nasabah yang ingin berinvestasi di Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, karena nasabah yang memiliki kesibukan tidak perlu mendatangi ke bank karena *staff* bank lah yang mendatangi nasabah dan nasabah bisa melakukan tanya jawab kepada *staff* bank secara langsung berkaitan dengan produk dan kemudian *staff* bank dapat memberikan penjelasan jawaban atas pertanyaan tersebut serta memberikan penjelasan atas keberatan-keberatannya yang dikeluhkan nasabah.

Selain melakukan strategi jemput bola, para *staff marketing funding* juga melakukan promosi penjualan produk untuk menarik minat nasabah, dimana pihak Bank Muamalat Indonesian Cabang Banjarmasin memberikan souvenir cantik berupa pulpe, tas, payung, gelas, bantal, dll bagi setiap nasabah pada saat pembukaan rekening deposito jagka panjang, juga memberikan hadiah-hadiah menarik lainnya kepada nasabah yang loyalitasnya tinggi kepada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, mengadakan undian berhadiah, memberikan bagi hasil yang optimal, dan bahkan Bank Muamalat Indonesian

Cabang Banjarmasin juga tidak segan-segan memberikan spesial nisbah yang tinggi bagi nasabah yang menandatangani danannya hingga mencapai minimal Rp. 100 juta. Karena semakin lama seorang deposan menandatangani danannya maka otomatis nisbah bagi hasil yang diperoleh akan semakin besar yang diterima.

Sedangkan promosi yang secara tidak langsung dilakukan dengan beberapa cara promosi, seperti: menyebar brosur-brosur di tempat umum, pemasangan spanduk-spanduk dan papan *billboard* di jalan-jalan yang strategis, menjalin kerjasama dengan berbagai instansi, menjadi sponsor pada event-event tertentu, dan selain itu melakukan promosi dengan beberapa hal, seperti iklan melalui media elektronik ataupun cetak, serta adanya website Muamalat yaitu [www.muamalat.com](http://www.muamalat.com), yang memuat tentang seluk-beluk Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mulai dari produk, keunggulan serta hal-hal lain yang berhubungan dengan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, dan terus meningkatkan upaya pengiklanan produk deposito baik pada perorangan maupun pengusaha yang sekiranya berkelebihan dana.

Upaya lainnya yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin sendiri guna menarik deposan agar menandatangani danannya dalam bentuk investasi jangka panjang ialah dengan selalu menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya, memberikan service yang prima, dan sesuai apa yang menjadi keinginan nasabah. Serta memberikan pelayanan secara optimal kepada nasabah pada saat melakukan tanya jawab seputar kelebihan dan kekurangan deposito jangka panjang.

Kelebihan dan kekurangan yang di maksud disini ialah kelebihan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin kepada nasabah ketika hendak mendepositkan danannya dalam bentuk investasi jangka panjang, kelebihan tersebut berupa dana yang dikelola secara optimal menggunakan prinsip syariah yang terbebas dari unsur-unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin dalam berinvestasi dan tentunya menguntungkan karena memperoleh bagi hasil yang sangat menarik dan optimal setiap bulannya serta transparan. Sedangkan kekurangan mendepositkan dananya dalam bentuk investasi jangka panjang ialah, dana yang telah didepositkan tidak bisa di ambil sewaktu-waktu deposito baru bisa dicairkan sesuai tanggal jatuh temponya. Bila deposito dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo, maka akan dikenakan *penalty rete* (denda).

Adapun ciri-ciri pelayanan yang prima yang harus diikuti oleh karyawan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang bertugas melayani nasabah yaitu tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, berusaha memahami kebutuhan nasabah, mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.<sup>89</sup>

---

<sup>89</sup> Kas mir, *Etika Customer Service*, (PT Rajagrafindo Persada: Jakarta, 2006), h. 34.



Hal inilah yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam melayani nasabahnya, meskipun pernah juga Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin mendapatkan nasabah yang protes yang tidak puas dengan bank. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin selalu berusaha tetap memberikan layanan yang ramah, murah senyum dan berusaha untuk memberikan penjelasan kepada nasabah tersebut. *Service excellent* ini merupakan salah satu nilai lebih yang ditonjolkan agar kepuasan dan kepercayaan nasabah semakin meningkat.

Di samping itu, nasabah pada dasarnya ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat nasabah nyaman dan betah dalam ruangan tersebut.

Bank selalu berusaha dengan segenap kemampuan dan upaya serta strategi yang dimiliki sampai pada akhirnya calon nasabah tersebut bersedia menjadi nasabah bank. Meskipun begitu, bank harus tetap menjaga rasa kekeluargaan tersebut agar nasabah merasa nyaman, dan kepercayaan mereka terhadap bank akan semakin terpupuk. Jika kepercayaan masyarakat terhadap bank terbangun dengan baik, maka bank akan lebih mudah untuk memasarkan produk-produknya kepada masyarakat terutama investasi deposito jangka panjang.

## **2. Kendala yang dihadapi dan solusi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah penghimpun dana deposito jangka panjang**

Dalam suatu perusahaan jasa perbankan pada Bank Muamalat Indonesia, dalam memasarkan produknya terutama produk investasi jangka panjang seperti deposito berjangka, pasti ada kendala yang dialami baik kecil maupun besar. Hal ini akan dapat diselesaikan dengan manajemen yang ada diperusahaan jasa perbankan tersebut. Jika kendala-kendala yang dihadapi tidak diselesaikan dengan baik, akan berdampak terhadap pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan jasa perbankan tersebut, tidak terkecuali pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Menurut Ibu Ainah selaku *staff marketing funding*,<sup>90</sup> kendala terbesar yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin saat ini antara lain, ialah:

### **a. Faktor Eksternal**

Kurangnya pengetahuan masyarakat, masih Minimnya Pengetahuan Masyarakat tentang adanya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin. Masyarakat Banjarmasin umumnya masih kurang mengetahui tentang adanya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang beralamat di Jalan. A. Yani Km. 5.2. Padahal Bank Muamalat Indonesia adalah bank Islam pertama di Indonesia yang didirikan atas permintaan umat Islam yang ingin melakukan kegiatan berinvestasi yang murni dengan menggunakan syariat Islam yang

---

<sup>90</sup> Ainah, *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 15 April 2015.

terhindar dari riba, sehingga menimbulkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin, khususnya produk deposito jangka panjang.

Hal ini berdampak pada salah satu produk yang ditawarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yaitu deposito jangka panjang. Minimnya keyakinan nasabah dalam mencoba memilih deposito jangka panjang, nasabah lebih memilih deposito jangka pendek, karena nasabah ingin lebih cepat mengambil uangnya karena tidak ingin terlalu lama menyimpan uangnya di bank. Padahal semakin lama seorang nasabah deposito meinvestasikan dananya dalam bentuk deposito jangka panjang maka akan semakin besar dan tinggi pula bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat Indonesia kepada nasabah. Bahkan pihak bank bisa memberikan spesial nisbah yang tinggi bagi nasabahnya.

Pandangan selanjutnya adalah melihat dari pendirian Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang masih terbilang masih sedikit bila dibandingkan bank-bank lainnya, jika dilihat dari segi fasilitas kantor cabang pembantu di Banjarmasin yang diberikan Bank Muamalat Indonesia letak penyebaran kantor cabang pembantu di Banjarmasin masih minim belum merata dan meluas. Kantor cabang pembantu Bank Muamalat Indonesia di Banjarmasin yaitu terletak di Kayutangi dan kantor kas di pasar Harum Manis saja, selebihnya terletak di banjarbaru, martapura, barabai dan kandangan, sehingga ini menyulitkan nasabah yang letak rumahnya berjauhan dengan fisik

Bank Muamalat Cabang Banjarmasin terdekat, menjadi salah satu kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Keberadaan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin yang masih sedikit dan jarang membuat pengetahuan masyarakat tentang Bank Muamalat Indonesia masih minim, dan bahkan sebagian masyarakat ada yang menilai bahwa Bank Muamalat Indonesia sama dengan bank konvensional yang menggunakan bunga. Pengetahuan masyarakat yang minim tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin juga menjadi salah satu kendala yang sangat besar bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam menawarkan produknya apalagi produk Muamalat deposito jangka panjang, karena ketika proses promosi ke masyarakat terutama pedagang pasar, masyarakat tidak mengetahui keberadaan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin beserta produk-produknya, sehingga harus bekerja keras menjelaskan secara detail tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin beserta produk-produknya kepada masyarakat. Sehingga penghimpunan dana berbentuk deposito jangka panjang ini terhambat karena kurangnya pengetahuan masyarakat tersebut.

Oleh karena itu sebaiknya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin lebih berupaya untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat adalah menjelaskan dengan pemahaman dan bahasa yang mudah dimengerti oleh masyarakat, tentang keunggulan dan kekurangan berinvestasi dalam bentuk deposito jangka panjang, serta penjelasan sistem dan akad yang digunakan, yaitu dengan cara sistem bagi hasil dan akad yang digunakan

menggunakan dasar-dasar *Al-Qur'an* dan *Al-Hadis* sehingga tidak mengandung riba dan tidak dilarang oleh agama.

Selain itu juga, Bank Muamalat Indonesia harus meningkatkan promosi secara lebih gencar lagi di seluruh bidang promosi, agar masyarakat luas bisa lebih mengenal dan mengetahui tentang keberadaan Bank Muamalat Indonesia di Banjarmasin, letak lokasinya dimana dan produk-produk apa saja ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin. Dan memperbanyak lagi gerai kantor cabang pembantunnya agar lebih memudahkan nasabah menuju fisik bank terdekat.

#### b. Faktor Internal

Adanya persaingan antar bank, selain minimnya pengetahuan masyarakat tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin sebagai kendala terbesar didalam memasarkan produk terutama produk penghimpunan dana investasi jangka panjang. Persaingan antar bank, baik persaingan dengan bank syariah ataupun bank konvensional juga menjadi salah satu bagian lain dari kendala yang dihadapi perbankan khususnya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk kemasayarakat.

Persaingan antar bank ini, jika dilihat dari segi ketika bank lain memberikan bagi hasil yang lebih besar atau tinggi daripada bagi hasil yang diberikan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin kepada nasabah calon deposan. Selain itu tingginya biaya admistrasi yang dibebankan pihak Bank Muamalat kepada nasabah yang mencapai Rp. 10.000 bagi rekening aktif dan Rp.15.000

bagi rekening pasif, serta masih minimnya fasilitas lain yang diberikan misalnya sebaran mesin ATM Muamalat jika dibandingkan bank lainnya. Masih banyak ATM bersama daripada ATM Muamalat.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus siap bersaing dengan bank-bank lainnya yang lebih dikenal dan diminati nasabah, misalnya seperti; BRI Syariah, BNI Syariah, dan BSM Syariah ataupun bank konvensional lainnya. Hal ini juga menuntut pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk harus menyusun strategi dan upayanya untuk menarik minat konsumen deposito jangka panjang. Selain itu, bank lainnya bisa saja memberikan hadiah-hadiah yang lebih menarik daripada hadiah yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin guna menarik minat masyarakat. Sehingga ini merupakan salah satu kendala yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin.

Maka sebaiknya solusi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin untuk mehadapi kendala eksternal dan internal bank, juga bersaing secara sehat adalah dengan melakukan sosialisasi atau pengenalan secara langsung, dan memberikan wawasan serta pengenalan kepada calon nasabah tentang Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin beserta produk-produknya khususnya produk deposito jangka panjang, kemudian sebaiknya Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi setiap nasabah maupun calon nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dengan memberikan pelayanan secara prima, memberikan kemudahan-kemudahan serta fasilitas penunjang

dalam bertransaksi, bagi hasil optimal serta transparan, serta memberikan hadiah-hadiah menarik lainnya bagi nasabah untuk lebih menarik nasabah.

Menurut Ibu Ainah, selaku *staff marketing funding*,<sup>91</sup> dari keseluruhan upaya dan strategi bauran promosi yang digunakan Bank Muamalat Cabang Banjarmasin yang paling membantu perluasan pasar, efektif, dan efisien sebagai alat untuk memberikan informasi kepada masyarakat secara lebih luas dalam upayanya meningkatkan jumlah penjualan produk terutama produk deposito jangka panjang pada Bank Muamalat Cabang Banjarmasin serta memperkenalkan produk-produknya adalah periklanan, karena melalui iklan dapat memberikan informasi lebih banyak daripada yang lainnya, baik tentang barangnya, harganya, ataupun informasi lainnya. Dan melalui iklan dapat mencapai orang-orang yang tidak dapat dicapai oleh tenaga pemasaran dalam jangka waktu tertentu. Dari periklanan ini maka akan mendukung kegiatan strategi bauran promosi lainnya seperti promosi penjualan, penjualan pribadi, maupun hubungan masyarakat.

---

<sup>91</sup> Ainah Rahmawati, *Staff Marketing Funding Bank Muamalat Cabang Banjarmasin*, Wawancara Pribadi, 10 Mei 2015.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah mengadakan pembahasan dan penelitian dari bab I sampai bab IV, maka dalam mengakhiri skripsi tentang “Bauran Promosi Bank Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penghimpun Dana Deposito Jangka Panjang Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin” yaitu dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Upaya dan strategi bauran promosi yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan jumlah nasabah produk penghimpun dana deposito jangka panjang adalah meliputi empat variable dalam bauran promosi yaitu, sebagai berikut: *Pertama*, dengan strategi periklanan yaitu memasang iklan melalui media elektronik ataupun cetak, menyebar brosur-brosur, memasang spanduk-spanduk, dan *billboard* yang diletakan ditempat-tempat strategis, serta adanya website Muamalat. *Kedua*, promosi penjualan ini dilakukan dari *mouth to mouth* dengan mendatangi langsung nasabah ke rumah, toko para pedagang di pasar untuk mempromosikan produk deposito jangka panjang. Selain itu Bank Muamalat untuk menarik minat nasabah, juga memberikan hadiah menarik bagi nasabah yang memiliki loyalitas tinggi dan juga tidak segan-segan memberikan spesial nisbah yang tinggi bagi nasabah yang



mendepositkan dananya hingga mencapai minimal Rp. 100 juta. *Ketiga*, promosi pribadi yaitu promosi langsung dengan melakukan promosi penjualan secara individu, saling bertemu muka. Secara rutin pihak Bank Muamalat melakukan silaturahmi dengan para nasabah berpotensi, dengan mendatangi langsung nasabah tersebut kerumahannya atau bisa juga melalui telepon, sms, bbm, atau media sosial lainnya. Untuk diminta bergabung dengan Bank Muamalat. *Keempat*, hubungan masyarakat ialah promosi yang dilakukan Bank Muamalat produk yang ditawarkan produk deposito jangka panjang dengan mensponsori berbagai usaha secara khusus untuk mempublikasikan produk tertentu, dan menjadi sponsor pada event-event tertentu. Serta menjalin hubungan baik dengan instansi-instansi terkait.

2. Kendala terbesar yang dihadapi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin dalam menarik minat nasabah produk penghimpun dana deposito jangka panjang antara lain, yaitu: *Pertama* dari faktor eksternal dimana pengetahuan masyarakat masih sangat minim tentang keberadaan Bank Muamalat, hal ini dikarenakan keberadaan Bank Muamalat masih sedikit dan belum merata di Banjarmasin. *Kedua*, dari faktor internal selain minimnya pengetahuan masyarakat tentang keberadaan Bank Muamalat, kendala lainnya yang harus dihadapi adalah adanya persaingan antar bank, baik persaingan dengan bank syariah ataupun bank konvensional.

3. Solusi dalam menghadapi kendala tersebut bahwasanya Bank Muamalat lebih gencar melakukan promosi baik secara langsung maupun tidak langsung, selalu memberikan pelayanan prima, memberikan kemudahan serta fasilitas penunjang dalam bertransaksi, bagi hasil optimal serta transparan, dan bahkan Bank Muamalat juga tidak segan-segan memberikan spesial nisbah yang tinggi bagi nasabah.

## **B. Saran-Saran**

Saran yang bisa penulis sampaikan, yaitu:

1. Bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin diharapkan bisa memperbanyak fasilitas lagi, terutama memperbanyak kantor cabang pembantu di Banjarmasin, untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi menuju fisik bank. Juga diharapkan Bank Muamalat terus meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabahnya.
2. Dalam meningkatkan jumlah nasabah sebaiknya pemimpin maupun karyawan, terutama karyawan dalam bidang pemasaran pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Banjarmasin harus lebih ekstra dalam memperkenalkan produk-produk banknya terutama deposito jangka panjang, agar nasabah semakin tertarik dan tidak ragu-ragu untuk memilih produk tersebut dan seluruh lapisan masyarakat dapat mengetahui manfaat dan keunggulan pada produk bank tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

Afifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2009.

A. Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, 2010.

\_\_\_\_\_. *Bank Islam*, Jakarta; Rajawali Press, 2006.

Al Amruzi, M. Fahmi, *Profil Dan Panduan Akademik Fakultas Syariah IAIN Antasari*, Banjarmasin; PT LkiS Pelangi Aksara. 2007.

Ali, Zainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta; Sinar Grafika, 2008.

Amir, Taufiq, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta; PT Raja Grafindo, 2005.

Anshori, Abdul Ghafur, *Pembentukan Bank Syariah Melalui Akuisisi dan Konversi: Pendekatan Hukum Positif dan Hukum Islam*, Yogyakarta; UII Press Yogyakarta, 2010.

\_\_\_\_\_. *Payung Hukum Perbankan Syariah: UU di Bidang Perbankan, Fatwa DSN-MUI, dan Peraturan Bank Indonesia*, Yogyakarta; UII Press Yogyakarta, 2007.

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syari'ah Dari Teori ke Praktik*, Jakarta; Gema Insani, 2001.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta; PT Rineka Cipta, 2010.

Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, 2007.

Asri, Marwan, *Marketing*, Yogyakarta; Bpfe, 1986.

Awal, Al, *Al-Qur'an Terjemahan 20 Baris*, Bandung; Mikraj Khazana Ilmu, 2010.

Azwar, Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2004.

- Cateora, Philip R, dan John L. Graham, *Intenational Marketing*, New York; McGrawHill Companies, 2005.
- Danim, Sudarwan, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung; Pustaka Setia, 2002.
- Dlabay, Kapoor, *Personal Finance: Seventh Edition*, New York; McGraw-Hill, 2004.
- Dwyer, F. Robert dan John F Tranner, *Business Marketing: Connecting Strategy Relationship and Learning* , New York; McGraw-Hill Companies, 2001.
- Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000.
- Jakfar dan Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta; Kencana, 2003.
- Jane Imperand Besty dan Ann Toffeler, "*Dictionary of Marketing*" diterjemahkan oleh Soesanto dengan judul Kamus Ilmiah Pemasaran, Jakarta; PT. Elex Media Komputindo, 2002.
- Jayadi, Abdullah, *Beberapa Aspek Tentang Perbankan Syariah*, Yogyakarta; Mitra Usaha, 2011.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta; PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- \_\_\_\_\_. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Etika Customer Service*, PT Rajagrafindo Persada; Jakarta, 2006.
- Nailatie M, Nelly, *The Power Of Marketing*, Jakarta; Salemba Empat, 2008.
- Perreaurt, Willian D, dan E. Jerome McCarthy, *Basic Marketing A Global Managerial Apporch*, New Yor; McGraw-Hill Companies, 2005.

- Piau A Partantodan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya; Arkola, 1994.
- R. McConnell, Campbell, *Economics: Principles, Problems, and Policies*, United States; Von Hoffmann Press, 2002.
- Sudarsono, Heri, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi Dan Ilustrasi*, Yogyakarta; Ekosinia, 2008.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta; Rajawali Pers, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung; Alfabeta, 2005.
- Sumitro, Warkum, *Asas-asas Perbankan Islam: Lembaga-Lembaga Terkait BMUI & Takaful di Indonesia*, Jakarta; PT RajaGrafindo Persada, 1996.
- S. Rose, Peter, *Money and Capital Markets: Financial Institutions and Instruments In a Global Marketplace*, New York; United States.
- Swastha, Basu, *Azaz Azaz Marketing*, Yogyakarta; Liberty Yogyakarta, 1999.
- Winardi, *Pengantar Manajemen Penjualan*, Bandung; PT Citra Aditya Bakti, 1991.
- Yasin, M. Nur, *Hukum Ekonomi Islam*, Malang; UIN Malang Perss, 2009.
- Yaya, Rizal, DKK, *Akutansi Perbankan Syariah*, Jakarta; Salemba Empat, 2009.

## B. INTERNET

Siti Kholidatul Janah, *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Deposito Mudharabah Di BPRS PNM Binama Semarang*, Jtptian- Siti Kholidatuljanah-6882-1-PDF. Diakses pada hari Selasa, tanggal 10 Maret 2015, pukul 20.45 Wita.

Laporan-Perkembangan-Kuangan-Syariah-2013.Pdf. Diakses pada hari Senin, tanggal 02 Maret 2015, Pukul 20.05 Wita.

Rusliha Asbih, *Deposito Bank Syariah*, [Http://Ruslihasbih.wordpress.com/tanya-jawab/muamalat/deposito-di-bank-syariah/.com](http://Ruslihasbih.wordpress.com/tanya-jawab/muamalat/deposito-di-bank-syariah/.com). Diakses pada tanggal 05 Mei 2015, pukul 02.35 Wita.

Tatang Manguny, “Subjek, Responden, dan Informan Penelitian”, <http://tatangmanguny.wordpress.com/28/05/202>.

Isma ismi, *Pengertian Data*, [Htt:// Isma-Ismi.Com/Pengertian-Data.html](Htt://Isma-Ismi.Com/Pengertian-Data.html). Diakses pada tanggal 10 April 2015, pukul 23.45 Wita.

### C. WAWANCARA

Achir Joko Yulianto, *Coustemer Service* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 14 April 2015.

\_\_\_\_\_. *Coustemer Service* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 20 Mei 2015.

Ainah, *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 15 April 2015.

\_\_\_\_\_. *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 23 April 2015.

\_\_\_\_\_. *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 10 Mei 2015.

Nurul Qomariah, *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 10 April 2015.

\_\_\_\_\_. *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 18 April 2015.

\_\_\_\_\_. *Staff Marketing Funding* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 23 April 2015.

Rudi Cahyadi, *Customer Service* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 23 April 2015.

\_\_\_\_\_. *Customer Service* Bank Muamalat Cabang Banjarmasin, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 26 April 2015.