

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
DANA PIHAK KETIGA DI BANK SUMUT KC  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**MITA SARI SIMBOLON**

**NIM. 1940100198**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
DANA PIHAK KETIGA DI BANK SUMUT KC  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**



**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**MITA SARI SIMBOLON**

**NIM. 1940100198**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2023**

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
DANA PIHAK KETIGA DI BANK SUMUT KC  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**



**Skripsi**

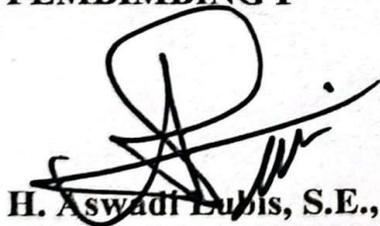
*Diajukan Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh**

**MITA SARI SIMBOLON**

**NIM. 19 401 00198**

**PEMBIMBING I**



H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si  
NIP. 196301071999031002

**PEMBIMBING II**



Ildi Aini, M.E.  
NIP. 198912252019032010

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. Mita Sari Simbolon

Padangsidimpun, 19 Desember 2023

Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Universitas Islam

di-  
Padangsidimpun

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Mita Sari Simbolon yang berjudul "**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

**PEMBIMBING I**



**H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si.**  
**NIP. 196301071999031002**

**PEMBIMBING II**



**Ihdi Aini, M.E.**  
**NIP. 198912252019032010**

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mita Sari Simbolon  
NIM : 19 401 00198  
Program studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 09 Desember 2023

Menyatakan,



Mita Sari Simbolon  
NIM. 19 401 00198

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mita Sari Simbolon  
NIM : 19 401 00198  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 9 Desember 2023



Menyatakan,

Mita Sari Simbolon

NIM. 19 401 00198



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Mita Sari Simbolon  
NIM : 19 401 00198  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan

Ketua

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E  
NIDN. 2027029303

Sekretaris

Udi Aini, M.E  
NIDN. 2025128903

Anggota

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E  
NIDN. 2027029303

Udi Aini, M.E  
NIDN. 2025128903

H. Aswadi Lubis, S.E, M.Si  
NIDN. 2007016301

Muhammad Isa, ST., MM  
NIDN. 2005068002

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Rabu/ 27 Desember 2023  
Pukul : 14.00 WIB s/d Selesai  
Hasil/Nilai : Lulus/ 75,5 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,62  
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

## **PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI: STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
DANA PIHAK KETIGA DI BANK SUMUT KC  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : MITA SARI SIMBOLON**  
**NIM : 1940100198**

Telah dapat diterima untuk memenuhi  
syarat dalam memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi (SE)

Padangsidimpuan, 27 Januari 2024



**Arwis Harahap, S.H.I., M.Si**

**NIP. 19780818 200901 1 015**

## ABSTRAK

NAMA : MITA SARI SIMBOLON  
NIM : 19 401 00198  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Di  
Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan

Bank memperoleh dana dari masyarakat yang disebut sebagai Dana Pihak Ketiga (DPK) yang merupakan sumber yang sangat penting untuk aktivitas operasional Bank dan merupakan tolak ukur keberhasilan suatu Bank. Namun jumlah dan target dana pihak ketiga Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan belum stabil dari tahun 2019-2022. Salah satu upaya dalam meningkatkan dana pihak ketiga tersebut yaitu pendekatan kepada nasabah dan menarik minat nasabah dengan mempromosikan produk yang ada di Bank tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga dan menentukan serta mencapai target dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan subjek yang digunakan 2 karyawan Bank Sumut KC Syariah padangsidempuan dan 5 nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan yang dipilih sebagai responden dengan tehnik wawancara dan dokumentasi. Lokasi penelitian dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan. Dengan sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah padangsidempuan dalam meningkatkan dana pihak ketiga yaitu dengan menggunakan metode bauran pemasaran (*marketing mix*) dan 3in (telponin, suratin dan kunjungin). Berdasarkan strategi pemasaran yang telah dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, jumlah dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan pun mulai meningkat.

**Kata Kunci :** Strategi pemasaran, Dana Pihak Ketiga (DPK)

## **ABSTRACT**

**NAME** : MITA SARI SIMBOLON

**Student ID Number** : 1940100198

**Thesis Title** : Marketing Strategy in Increasing Third Party Funds at Bank  
Sumut KC Syariah Padangsidimpuan

Banks obtain funds from the public which are referred to as Third Party Funds (DPK) which are a very important source for the Bank's operational activities and are a benchmark for the success of a Bank. However, the amount and target of third party funds at Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan has not been stable from 2019-2022. One of the efforts to increase third party funds is to approach customers and attract customer interest by promoting existing products at the Bank. This research aims to determine marketing strategies in increasing third party funds and determining and achieving third party funding targets at Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan. This research is a qualitative research with the subjects used were 2 employees of Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan and 5 customers of Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan who were selected as respondents using interview and documentation techniques. The location of the research was at Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan. With primary and secondary data sources. The results of this research indicate that the marketing strategy carried out by Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan in increasing third party funds is by using marketing mix methods 3ing (calling, writing and visiting). Based on the marketing strategy that has been carried out by Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, the amount of third party funds in Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan has begun to increase.

**Keyword** : Marketing strategy, Third Party Funds (TPF)

## خلاصة

اسم : ميتا ساري سيمبولون  
رقم الفيد : ١٩٤٠١٠٠١٩٨  
عنوان الأطروحة : استراتيجية التسويق في زيادة أموال الطرف الثالث في بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان

تحصل البنوك على الأموال من الجمهور والتي يشار إليها باسم أموال الطرف الثالث والتي تعد مصدرًا مهمًا للأنشطة التشغيلية للبنك وتعد معيارًا لنجاح البنك. ومع ذلك، فإن المبلغ والهدف من أموال الطرف الثالث في بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان لم يكن مستقرًا من ٢٠١٩-٢٠٢٢. تتمثل إحدى الجهود المبذولة لزيادة أموال الطرف الثالث في التواصل مع العملاء وجذب اهتمامهم من خلال الترويج للمنتجات الحالية في البنك. يهدف هذا البحث إلى تحديد استراتيجيات التسويق في زيادة أموال الطرف الثالث وتحديد وتحقيق أهداف تمويل الطرف الثالث في بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان. هذا البحث عبارة عن بحث نوعي مع الموضوعات المستخدمة و٢ موظفين من بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان و٥ عملاء من بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان الذين تم اختيارهم كمستجيبين باستخدام تقنيات المقابلة والتوثيق. كان موقع البحث في بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان. مع مصادر البيانات الأولية والثانوية. تشير نتائج هذا البحث إلى أن استراتيجية التسويق التي ينفذها بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان في زيادة أموال الطرف الثالث هي باستخدام أساليب المزيج التسويقي والهاتف والكتابة والزيارة. استنادًا إلى استراتيجية التسويق التي نفذها بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان، بدأ مبلغ أموال الطرف الثالث في بنك سوموت كي سي سيريا بادانجسيديمبوان في الزيادة.

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التسويق، صناديق الطرف الثالث

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figure seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Strategi Pemasaran Dalaam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan. Sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr.Erawadi, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum,

Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dra. Rukiah, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A sebagai Ketua Prodi Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A sebagai Pembimbing Akademik, ibu Hamni Fadilah Nasution, M.Pd sebagai Sekretaris Prodi Perbankan Syariah serta seluruh civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Ihdi Aini, M.E selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.S., S.Ag., M.Hum selaku Kepala Perpustakaan serta Pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali HasanAhmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada cinta pertama, Ayahanda Suleman Simbolon yang berjuang demi peneliti dan salah satu penyemangat peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan namun beliau mampu memotivasi dan memberikan dukungan yang begitu besar hingga peneliti mampu menyelesaikan perkuliahannya sampai sarjana.
8. Pintu syurga, Ibunda Tiamnah, S.Pd yang berdo'a tiada henti-hentinya untuk peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Beliau selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk Kakak peneliti Asna Dewi Simbolon, Abang-abang peneliti : Sulton Simbolon, Milson Simbolon, Hoiron Simbolon dan Adik peneliti Rida Yani Simbolon yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini. Kepada keluarga besar peneliti yang telah kebersamai dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih untuk diri sendiri yang telah mampu berusaha keras, berjuang dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini serta kepada seseorang Doli Hendra Nasution yang selalu memberikan

dukungan serta bantuan, semangat dan do'a kepada peneliti agar tidak berputus asa dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Terima kasih kepada sahabat-sahabat peneliti : Dina Rahayu Batubara, Yumita Dewi Nasution, Tasya Sabila, Erika Irawani Lubis, Asmar Tanjung dan Ummi kalsum yang telah memberikan motivasi dan bantuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Serta teman-teman seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah 5 Mahasiswa angkatan 2019, teman Magang dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu untuk berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Desember 2023  
Peneliti,

**MITA SARI SIMBOLON**  
**NIM. 19 401 00198**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan Ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ﺝ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

#### **F. Hamzah**

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

#### **G. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

#### **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber : Tim Puslitbang Lektur Keagamaan, *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*, Cetakan Kelima, Jakarta : Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>BERITA ACARA MUNAQASYAH</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Batasan Istilah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	8
G. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Tinjauan Teori .....	11
1. Strategi .....	11
2. Pemasaran .....	12
3. Strategi Pemasaran .....	16
4. Dana Pihak Ketiga (DPK) .....	23
5. Bank Sumut Syariah .....	28
B. Penelitian Terdahulu .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	33
B. Jenis Penelitian .....	33
C. Subjek Penelitian .....	33
D. Sumber Data .....	34
1. Data primer .....	34
2. Data sekunder .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
1. Wawancara .....	35
2. Dokumentasi .....	36

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	36
1. Reduksi data .....	36
2. Deskripsi data .....	37
3. Kesimpulan .....	37
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data .....	37
1. Triangulasi metode .....	37
2. Triangulasi sumber data .....	37
3. Triangulasi teori .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
1. Sejarah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan .....	39
2. Visi dan Misi Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan .....	41
3. Struktur Organisasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan .....	42
4. Produk-produk Penghimpunan Dana Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan .....	47
B. Deskripsi Data Penelitian .....	52
C. Pengolahan dan Analisis Data .....	54
1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Saat ini .....	54
2. Strategi Pemasaran dalam Menentukan dan Mencapai Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan .....	61
3. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah padangsidimpuan Sebelumnya .....	63
4. Kendala Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dalam Melakukan Pemasaran .....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Saat ini .....	64
2. Strategi Pemasaran dalam Menentukan dan Mencapai Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan .....	66
3. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Sebelumnya .....	67
E. Keterbatasan Penelitian .....	68
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL I.1</b>	: Realisasi dan Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan 2019-2022 .....	5
<b>TABEL II.1</b>	: Penelitian Terdahulu .....	28
<b>TABEL IV.1</b>	: Deskripsi Data Karyawan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan .....	52
<b>TABEL IV.2</b>	: Deskripsi Data Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan .....	52

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR IV.1 : Struktur Organisasi Bank Sumut KC Syariah</b>	
Padangsidempuan .....	42

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN I** : Daftar Riwayat Hidup
- LAMPIRAN II** : Pengesahan Judul skripsi
- LAMPIRAN III** : Surat Izin Riset
- LAMPIRAN IV** : Surat Balasan Riset
- LAMPIRAN V** : Pedoman Wawancara
- LAMPIRAN VI** : Hasil Wawancara
- LAMPIRAN VII** : Data Realisasi dan Target Dana Pihak Ketiga di Bank  
Sumut KC Syariah Padangsidimpuan 2019-2022
- LAMPIRAN VIII**: Dokumentasi Peneliti dengan Bank Sumut KC  
Syariah Padangsidimpuan
- LAMPIRAN IX** : Dokumentasi Peneliti dengan Nasabah Bank Sumut KC  
Syariah padangsidimpuan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan mitra dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia dan dijadikan sebagai tempat untuk melakukan transaksi yang berhubungan dengan keuangan, seperti : tempat mengamankan uang, melakukan investasi, pengiriman uang, melakukan pembayaran atau melakukan penagihan. Gagasan pendirian lembaga Bank dengan sistem syariah telah ada awal tahun 1990-an. Bank Syariah pertama di Indonesia diprakarsai oleh MUI.<sup>1</sup> Lembaga perbankan adalah yang dalam aktifitasnya berkaitan dengan uang, yaitu sebagai perantara keuangan (*financial intermediation*) antara pihak yang membutuhkan dana dengan yang memiliki dana.<sup>2</sup>

Salah satu fungsi pokok Bank Syariah adalah menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat sebagaimana yang telah di atur dalam undang-undang perbankan syariah No. 21 tahun 2008. Pendirian Unit Usaha Syariah (UUS) didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius, khususnya umat islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi gagasan danwacana.

Untuk mendirikan UUS sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan *stakeholder* Bank Sumut, khususnya Direksi dan Komisaris. Yaitu

---

<sup>1</sup> Wirdyaningsih, dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.51.

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, t.t.), 2011, hlm. 30.

sejak dikeluarkannya UU No. 10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi Bank Konvensional untuk mendirikan UUS. PT.Bank Sumut UUS diresmikan pada tanggal 4 November 2004, dengan dibukanya 2 unit Kantor Operasional, yaitu : Kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan. Dengan semakin berkembangnya perekonomian di bidang keuangan, yang dihadapi Indonesia adalah menyehatkan dunia perbankannya agar dapat bersaing dengan perbankan negara lain.

Salah satu tolak ukur keberhasilan Bank Syariah dapat dicapai apabila Bank memiliki jumlah nasabah yang banyak, karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Bank sangat membutuhkan dana yang akan menunjang kemajuan suatu perusahaan atau suatu lembaga keuangan. Pertumbuhan suatu Bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana dari masyarakat, baik berskala kecil maupun besar dengan masa pengendapan yang memadai.<sup>3</sup>

Bank memperoleh dana dari masyarakat yang disebut sebagai Dana Pihak Ketiga (DPK). Dana Pihak Ketiga (DPK) adalah dana-dana yang berasal dari masyarakat luas yang merupakan sumber yang sangat penting untuk aktivitas operasional Bank dan merupakan tolak ukur keberhasilan suatu Bank. Sebagai lembaga keuangan, maka dana merupakan masalah Bank paling utama. Tanpa adanya dana yang cukup, Bank tidak bisa berbuat apa-apa atau harus meningkatkan jumlah DPK agar operasional Bank berjalan dengan baik.

---

<sup>3</sup> Muhammad Husaini dan Ita Ariyani, "Pengaruh Pemasaran Produk Syariah Terhadap Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Bank syariah Indonesia Bojonegoro," *Jurnal of Islamic Economics and Finance*, Vol.1, No. 2 (t.t.), Desember 2022, hlm. 99.

Dana Pihak Ketiga (DPK) merupakan dana yang berasal dari masyarakat yang berasal dari giro, tabungan, deposito.<sup>4</sup> Setiap Bank berlomba-lomba dalam menarik nasabah dan pada akhirnya nasabah mendapatkan keuntungan dari keadaan tersebut. Dengan begitu dunia perbankan harus lebih meningkatkan profesionalisme, kompetensi dan daya saing.<sup>5</sup> Adanya penambahan jumlah nasabah tidak akan tercapai tanpa adanya pelayanan yang prima dari berbagai elemen baik dari karyawan dan nasabah.

Dengan demikian, seluruh Bank termasuk perbankan syariah ikut berlomba mengejar para nasabahnya dengan cara melakukan promosi untuk meningkatkan jumlah nasabahnya. Kemampuan perusahaan untuk tetap bertahan dan melancarkan promosi-promosi usaha yang paling menguntungkan dalam upaya mencapai sasaran yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Promosi merupakan bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran. Pengertian pemasaran Bank itu sendiri yaitu suatu proses untuk menciptakan/mempertukarkan produk/jasa Bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan memberikan kepuasan kepada nasabah.<sup>6</sup>

Kemampuan menghimpun dana dari pihak ketiga tidak terlepas dari upaya pemasaran produk yang dilakukan oleh pihak Bank, produk yang dimiliki Bank dan lokasi Bank itu yang dapat berpengaruh pada pola pikir

---

<sup>4</sup> Selamet Riyadi, *Banking Assets and Liability Management* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, t.t.), 2016, hlm. 79.

<sup>5</sup> Atika Khairunnisa dan Romi Susanto, "Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Nagari Cabang Painan," t.t., hlm. 1.

<sup>6</sup> Eka Agus Anggreani, "Evaluasi Pemasaran Produk Bank Syariah," Bengkulu : 2020.

masyarakat akan tingkat kepercayaan terhadap Bank Syariah. Strategi pemasaran merupakan rencana, cara dan usaha untuk memperluas jaringan dan mempromosikan produk/jasa kepada masyarakat luas. Dalam perbankan, tugas ini diemban oleh jabatan *Marketing Funding* (MF).<sup>7</sup> Setiap perusahaan memiliki tujuan pencapaian dan target dalam berkembangnya perusahaan tersebut.

Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan merupakan salah satu Bank yang beroperasi menggunakan prinsip syariah. Hadirnya Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan ini telah dimanfaatkan oleh masyarakat. Bank Sumut KC syariah Padangsidempuan telah melakukan tugas dan kewajibannya dalam melayani dan memberikan yang terbaik kepada nasabah. Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan mempunyai dua akad dibagian Dana Pihak Ketiga (DPK) yaitu akad *wadiah* dan akad *mudharabah*.<sup>8</sup>

*Marketing* Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan telah melakukan pemasaran dengan sebaik mungkin dalam meningkatkan dan mencapai target Dana Pihak Ketiga (DPK). Berikut data realisasi dan target Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dari tahun 2019-2022 :<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin, "Analisis Peranan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga : Studi Pada PT. BPRS Harta Insan Karimah Cikarang," *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol. 3, No. 1 (2021), hlm.144.

<sup>8</sup> Nona Soraya, *Teller Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan*, Wawancara, (Padangsidempuan, 14 Juni 2023).

<sup>9</sup> Laporan Data dan Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan tahun 2019-2022.

**Tabel I.1 Realisasi dan Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC  
Syariah Padangsidempuan 2019 – 2022 (Milyar)**

<b>Tahun</b>	<b>Dana Pihak Ketiga (DPK)</b>	<b>Target</b>
2019	147.513.076.121,00	237.227.539.000,00
2020	112.759.617.123,00	159.488.379.982,00
2021	125.364.452.947,00	123.211.452.000,00
2022	138.770.432.525,00	130.391.376.000,00

*Sumber : PT. Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan*

Dari tabel tersebut, terlihat data DPK tidak stabil dan dari tahun 2019-2020 mengalami penurunan serta tidak mencapai target. Sedangkan pada tahun 2020-2022 mengalami kenaikan pada data DPK tetapi pada tahun 2020 tidak mencapai target. Semakin naik jumlah DPK maka semakin naik juga jumlah target yang ingin dicapai, begitu juga dengan sebaliknya. Karna hal tersebut, terlihat jelas bahwa target Bank yang akan dicapai menurun dari tahun 2019-2021.

Berdasarkan latar belakang, untuk dapat meningkatkan DPK dan mencapai target Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan**”.

## **B. Batasan Masalah**

Untuk memudahkan peneliti dalam proses, maka peneliti membatasi penelitian yang akan dibahas kepada pihak Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dan agar fokus pada masalah yang ada yaitu strategi

pemasaran dalam meningkatkan dan menentukan target Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan.

### C. Batasan Istilah

Untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka perlu dibuat batasan istilah untuk menjelaskan istilah – istilah yang terdapat dalam penelitian ini. Adapun batasan istilah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.<sup>10</sup>
2. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen.<sup>11</sup>
3. Peningkatan merupakan upaya untuk menambah derajat, tingkat dan kualitas maupun kuantitas. Peningkatan berarti menggambarkan perubahan dari keadaan atau sifat yang negatif berubah menjadi positif. Hasil dari peningkatan dapat berupa kuantitas dan kualitas.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 33.

<sup>11</sup> Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2011), hlm. 1.

<sup>12</sup> Yandry Pagappong, "Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor kelurahan Harapan Baru Kec. Loa Jalan Ilir Samarinda Seberang," *Jurnal Ilmu pemerintahan*, 26 Maret 2015, hlm. 3.

4. Dana Pihak Ketiga (DPK) adalah uang (dana) yang dipercayakan masyarakat atau pihak ketiga untuk dimanfaatkan dengan cara-cara yang lazim digunakan dalam perbankan.<sup>13</sup>
5. Strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga yaitu langkah-langkah yang harus ditempuh dalam memasarkan produk/jasa Bank kepada masyarakat yang ditujukan pada peningkatan penjualan.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan pada latar belakang masalah, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?
2. Bagaimana strategi pemasaran dalam menentukandan mencapai target Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dalam menentukan dan mencapai target Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan.

---

<sup>13</sup> Iis Dewi Herawati dan Ronal Marbun, "Analisis Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Sumber Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Mandiri", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Akuntansi*, Vol. 2, No. 2 (Agustus 2022), hlm. 67.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa sebagai acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan dengan penelitian ini, sehingga dapat bermanfaat bagi pengembangan-pengembangan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan serta dapat memunculkan ide-ide baru bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya bagi para mahasiswa.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi Peneliti

Dapat membuka wawasan berfikir peneliti serta dapat memberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Selain itu, skripsi ini menjadi salah satu persyaratan menyelesaikan jenjang pendidikan Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

#### b. Bagi Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan pada Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan untuk meningkatkan dan menentukan target Dana Pihak Ketiga (DPK) melalui strategi pemasaran.

c. Bagi UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi para civitas akademika tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan dan mencapai target Dana Pihak Ketiga (DPK) di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan. Selain itu, sebagai referensi ilmiah dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa UIN yang ingin melakukan penelitian yang sama atau kearah yang lebih luas.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Agar lebih mudah memahami dalam penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari 5 bab, dimana setiap bab terdiri dari rangkaian pembahasan yang berhubungan satu sama lain sehingga membentuk suatu uraian yang sistematis, sebagai berikut :

#### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan masalah dan manfaat penelitian ini. Dimana dalam bab ini berisi tentang masalah yang dihadapi dan yang berkaitan dengan judul penelitian yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan.

#### **BAB II : Landasan Teori**

Pada bab ini membahas tentang tinjauan pustaka yang berkaitan dengan pembahasan dalam strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dalam teori-teori yang relevan dan penelitian terdahulu.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini berisi metode yang digunakan dalam penulisan penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, sumber penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik pengecekan keabsahan data.

### **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini berisi tentang deskripsi data, pengolahan dan analisis data serta hasil penelitian dan pembahasan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga dan strategi pemasaran dalam menentukan serta mencapai target dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

### **BAB V : Penutup**

Pada bab ini berisi tentang ringkasan/kesimpulan hasil penelitian secara menyeluruh tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dan berisi saran-saran dari peneliti terhadap hasil penelitian.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **1. Strategi**

Strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu *stratagos* yang artinya ilmu para Jenderal yang digunakan untuk memenangkan suatu pertempuran dengan menggunakan sumber daya yang terbatas.<sup>1</sup> Perbedaan strategi dan taktik yaitu, strategi ialah penetapan rencana atau arah keseluruhan dari bisnis sedangkan taktik ialah suatu cara yang merupakan implementasi dari strategi yang menekankan pada daya dukungnya untuk keberhasilan strategi pada bagian-bagian tertentu dalam kegiatan bisnis.

Strategi adalah sekumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran perusahaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien dalam sebuah organisasi.<sup>2</sup> Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi, pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

---

<sup>1</sup> Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin, "Analisis Peranan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga : Studi Pada PT. BPRS Harta Insan Karimah Cikarang," hlm. 145.

<sup>2</sup> Muchammad Fauzi, *Manajemen Strategi, cet. I* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015), hlm. 1-2.

## 2. Pemasaran

### a. Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan dalam perekonomian yang membantu menciptakan nilai ekonomi. Pemasaran merupakan bagian terpenting dan tidak bisa terpisahkan dari dunia perbisnisan. Maka dalam hal ini, strategi perusahaan dalam menjalankan pemasaran memiliki kepentingan yang besar aktivitasnya apalagi terhadap pembeli. Orang yang melakukan pemasaran disebut sebagai pemasar (*marketing*). Adapun tugas-tugas pemasar (*marketing*) yaitu perencanaan terhadap kegiatan pemasaran, menggiatkan pelaksanaan kegiatan pemasaran dan pengendalian kegiatan pemasaran.

Kegiatan pemasaran selalu ada dalam setiap perusahaan usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pemasaran menjadi penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi.<sup>3</sup> Secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.<sup>4</sup>

Adapun pemasaran seringkali disamakan dengan kegiatan sales atau penjualan. Padahal istilah pemasaran dan penjualan memiliki definisi yang berbeda. Istilah pemasaran mencakup seluruh proses dari

---

<sup>3</sup> Nandan Limakrisna dan Wilhemus Herry Susilo, *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm. 3.

<sup>4</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabet, 2012), hlm. 6.

penjualan suatu produk tersebut, yaitu membahas proses perencanaan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Sedangkan penjualan hanya membahas terjadinya transaksi penjualan atas produk.<sup>5</sup>

Salah satu unsur penting dalam suatu proses pemasaran adalah lingkungan. Karena untuk memaksimalkan suatu aktivitas, lingkungan akan menjadi faktor yang sangat berpengaruh. Kondisi suatu lingkungan akan menjadi parameter dalam sebuah keadaan lain untuk bisa disesuaikan dengan kondisi yang sudah diharapkan, sehingga potensi yang sudah ada bisa dimaksimalkan dan diserap untuk memenuhi tujuan tertentu.

Pemasaran perbankan merupakan suatu bentuk pengenalan produk perbankan secara lebih aplikatif, terbuka dan detail kepada berbagai konsumen dengan harapan agar para konsumen dapat menentukan keputusan secara lebih baik. Pemasaran juga dilakukan dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Dalam memasarkan produknya, pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan masa yang akan datang. Artinya, pemasar harus cepat tanggap apa yang akan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya.

Pemasaran biasanya dilakukan untuk merebut konsumen terutama untuk produk yang baru diluncurkan dan untuk

---

<sup>5</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, hlm. 5.

mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.<sup>6</sup> Pemasaran sendiri merupakan muamalah yang dibenarkan dalam Islam selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Pemasaran Islam adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada *stake holdernya* yang didalam keseluruhannya, proses sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

b. Tujuan pemasaran Bank yaitu:

- 1) Memaksimalkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- 2) Memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan Bank secara berulang-ulang.
- 3) Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti Bank menyediakan berbagai jenis produk Bank sehingga memiliki beragam pilihan.
- 4) Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah.<sup>7</sup>

c. Pandangan Islam mengenai pemasaran

Agama Islam adalah agama yang parpurna. Konsep ukhrawi dan duniawi tercakup didalamnya termasuk pemasaran. Akan tetapi, apabila

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2012), hlm. 193.

<sup>7</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 170–71.

mencari harfiah kata pemasaran, tentu tidak akan ditemukan dalam teks Al-Qur'an ataupun Hadits. Akan tetapi pendekatan maknanya dapat ditemukan secara substantif dalam teks Al-Qur'an ataupun Hadits. Sebagaimana diketahui bahwa kegiatan pemasaran meliputi segala aktivitas yang dicurahkan guna menunjang proses penjualan suatu produk. Hal ini dapat dikatakan juga bahwa kegiatan pemasaran pada dasarnya adalah sebuah proses yang melibatkan segenap unsur mengenai bagaimana memindahkan nilai guna suatu produk kepada konsumen.

Jika memandang pemasaran dari segi konsumen, maka tidak lain berbicara tentang pemasaran adalah bagaimana menjalin sebuah hubungan dengan konsumen. maka Islam memandang bahwa pemasaran sebagai suatu kegiatan yang harus mencerminkan nilai-nilai Islami dalam aktivitasnya, seperti kegiatan pemasaran tidak mengandung unsur perihail yang merugikan orang lain. Pemasaran tidak lepas dari kegiatan silaturahmi dan komunikasi dalam rangka memperkenalkan produk baik barang maupun jasa kepada konsumen agar nilai gunanya dapat berpindah.

Hadits Rasulullah SAW. dari sahabat Anas ibn Malik r.a dan diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim r.a yang artinya :

*“Barangsiapa ingin agar rezekinya dilapangkan dan pengaruhnya diluaskan maka hendaknya ia menyambung tali silaturahmi”.*

Dijelaskan juga dalam Al-Qur'an bahwa Islam melarang aktivitas ekonomi termasuk pemasaran yang dilakukan dengan cara-cara *bathil*,

yaitu cara yang merugikan bagi pihak lainnya. Penjelasan tersebut terdapat dalam Al-Qur'an surah An-Nisa ayat 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai Orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”*.<sup>8</sup>

Berdasarkan ayat diatas, dijelaskan bahwa larangan memakan harta dengan cara yang diperoleh secara bathil/salah kecuali dengan jual beli yang dilakukan secara suka sama suka antara produsen dan konsumen. Dalam hal ini, ayat tersebut berkenaan dengan cara pemasaran agar dilakukan dengan cara yang bakhil/benar.

### 3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah upaya yang berencana dan terukur untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk perusahaan. Strategi pemasaran melibatkan serangkaian langkah-langkah bisnis yang dirancang untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dan mendorong mereka untuk membelinya. Dengan memahami sumber daya yang tepat, perusahaan dapat mengarahkan sumber daya dan upaya perusahaan secara efektif untuk meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, meningkatkan

---

<sup>8</sup> QS. An-Nisa (4) : 29.

kesadaran merek atau mencapai tujuan bisnis lainnya. Strategi pemasaran menjadi penting karena :<sup>9</sup>

a. Perubahan lingkungan bisnis

Lingkungan bisnis yang dinamis dan berubah-ubah mempengaruhi cara perusahaan memasarkan produk dan layanannya. Seperti : perubahan tren pasar, teknologi, persaingan atau regulasi sehingga memerlukan perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang responsif dan adaptif untuk tetap relevan dan bersaing.

b. Peningkatan persaingan

Persaingan yang semakin ketat memerlukan perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk membedakan perusahaan tersebut dari pesaing. Strategi pemasaran yang baik memungkinkan perusahaan menawarkan nilai tambah yang unik kepada pelanggan dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

c. Perubahan perilaku konsumen

Perubahan perilaku konsumen, preferensif dan kebutuhan yang berkembang mempengaruhi cara perusahaan memasarkan produk atau layanan perusahaan tersebut. Dalam hal ini, strategi pemasaran membantu perusahaan memahami konsumen dalam berinteraksi dengan perusahaan tersebut secara efektif dan menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan.

---

<sup>9</sup> I Made Darsana dkk., *Strategi Pemasaran* (Kabupaten Bandung, Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023), hlm. 1.

Strategi pemasaran Bank Syariah merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Strategi pemasaran digunakan untuk melengkapi konsep pemasaran yang sudah ada. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan pemasaran suatu perusahaan.<sup>10</sup>

Pemasaran harus dikelola secara profesional sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan segera terpenuhi. Strategi pemasaran sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan karena merupakan ujung tombak mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dari mewujudkan rencana yang terarah dibidang pemasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.<sup>11</sup> Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional.

Fungsi strategi pemasaran, yaitu :<sup>12</sup>

- a. Sebagai panduan dalam memasarkan produk
- b. Sebagai indikator keberhasilan
- c. Sebagai alat pengendalian
- d. Memberikan arah bagi perusahaan atau bisnis
- e. Meningkatkan motivasi untuk merencanakan masa depan bisnis
- f. Sebagai standar untuk mengevaluasi kinerja anggota perusahaan

---

<sup>10</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 168.

<sup>11</sup> Marlia Erliza, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang" (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019), hlm. 31.

<sup>12</sup> I Made Darsana dkk., *Strategi Pemasaran*, hlm. 21.

Masing-masing Bank mempraktikkan strategi terbaiknya dalam merebut hati nasabah dan calon nasabahnya. Salah satu strateginya adalah dengan mengubah tampilan Bank semenarik mungkin, menerapkan strategi program undian berhadiah yang menarik, menciptakan sistem transaksi *online* dan *reltime* serta mendekati diri dengan nasabah. Adapun strategi pemasaran untuk perbankan syariah berdasarkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah hal yang sangat menarik dan merupakan keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) menggambarkan sejumlah elemen yang dapat digunakan manajemen perusahaan untuk memengaruhi penjualan. Bauran pemasaran merupakan perpaduan 4 elemen yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) sebagai inti dari pemasaran yang dikenal dengan konsep 4 elemen bauran pemasaran (4P MM) tradisional. Perkembangan bauran pemasaran di akhir 70-an begitu luas. Produsen atau pemasar terus berupaya mengembangkan aspek-aspeknya sehingga bauran pemasaran ini diperluas yaitu di tahun 1981 oleh Booms & Bitner melengkapi 3 elemen baru ke dalam prinsip 4P MM yaitu bukti fisik (*physical evidence*), orang (*people*) dan proses (*process*) disingkat dengan istilah 7P bauran pemasaran (7P MM).<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Arianto, *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (Airlangga University Press, 2021), hlm. 38.

a. *Product* (produk)

Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Pengembangan produk/jasa dengan memperkenalkan produk ke pasar yang sudah ada. Program produk harus bisa memberikan keistimewaan yang sangat spesifik bagi pelanggan karena pelanggan membeli produk bank syariah (jual beli, investasi dan jasa) adalah untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan nasabah.

Produk jual beli, investasi dan jasa yang ditawarkan oleh bank Islam harus dapat memenuhi semua kategori pelanggan, mencakup *saving* dan fasilitas pembiayaan usaha individu, usaha kecil menengah maupun perusahaan besar.<sup>14</sup>

b. *Price* (harga)

Harga merupakan salah satu elemen yang membedakan antara Bank syariah dan Bank konvensional. Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran yang dapat mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan. Pada setiap produk/jasa yang ditawarkan, bagian pemasaran dapat menentukan harga pokok dan harga jual suatu produk.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2021), hlm. 90–116.

<sup>15</sup> Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 289.

c. *Place* (lokasi/tempat)

Yaitu saluran *retail* yang dilalui produk sehingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya. Menyebarkan unit pelayanan perbankan syariah hingga ke pelosok daerah adalah sebuah keharusan jika ingin melakukan penetrasi pasar dengan baik. Bank yang memiliki lokasi/tempat yang strategis memudahkan nasabahnya dalam berurusan dengan Bank tersebut. Perusahaan harus memutuskan bagaimana cara mendistribusikan produk agar mudah ditemukan/diakses oleh nasabah. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dari keputusan tempat yaitu sistem transportasi, sistem penyimpanan dan saluran distribusi.<sup>16</sup>

d. *Promotion* (promosi)

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Kegiatan yang termasuk dalam aktivitas promosi adalah periklanan, *personal selling* (interaksi antar individu secara lisan), promosi penjualan dan publisitas. Dalam pemasaran, efektivitas sebuah iklan sering kali digunakan untuk menanamkan “citra merek” atau agar lebih dikenal keberadaannya. Tujuan yang diharapkan dalam promosi adalah konsumen dapat mengetahui tentang produk tersebut dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut.

---

<sup>16</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 6.

Adapun media yang dapat dipergunakan dalam metode periklanan yaitu koran, surat langsung, majalah, brosur, radio, televisi dan lainnya.<sup>17</sup>

e. *People* (Orang)

Sumber daya Manusia (*SDM/people*) akan berkolerasi erat dengan tingkat kepuasan para pelanggan perbankan syariah. Menempatkan SDM pada tempat yang sesuai dengan kapasitasnya memang memerlukan sebuah strategi SDM yang terbaik. Strategi tersebut dengan meningkatkan kualitas SDM yaitu orang yang aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan-pelanggan yang lain dalam lingkungan pelayanan.<sup>18</sup>

f. *Process* (proses)

Dalam perbankan syariah, bagaimana proses atau mekanisme mulai dari melakukan penawaran produk hingga proses menangani keluhan pelanggan secara efektif dan efisien perlu dikembangkan dan ditingkatkan. Proses ini akan menjadi salah satu bagian yang sangat penting bagi perkembangan perbankan syariah agar bisa menghasilkan produk berupa jasa yang prosesnya bisa berjalan secara efektif dan efisien. Pada perusahaan jasa, konsumen hadir di tempat produsen untuk merasakan proses pelayanan jasa yang dibutuhkan.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Ramsiah Tasruddin, "Strategi Pemasaran Periklanan Yang Efektif", *Jurnal Al-Khitabah*, Vol.II, No.1 (Desember 2015): hlm. 107–116.

<sup>18</sup>Rani Liana Ardiyanti, "Analisis Strategi Marketing Dalam Pencapaian Target Menghimpun dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Bandar Jaya" (Skripsi, IAIN Metro, 2019), hlm. 62.

<sup>19</sup> Muhammad Isa, "Gambaran Umum Pemasaran Produk dan jasa Perbankan syariah", *Al-Masharif : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Jilid 7, No.10 (2016), hlm. 55.

g. *Physical evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi. Bukti fisik mencakup semua hal yang berwujud dan berkenaan dengan suatu jasa seperti : brosur, kartu bisnis, format laporan dan peralatan. Dalam sejumlah kasus bukti fisik ini mencakup fasilitas fisik dimana jasa ditawarkan seperti fasilitas kantor cabang sebuah Bank. Bukti fisik merupakan elemen substantif dalam konsep jasa. Oleh karena itu, para pemasar semestinya terlibat dalam proses desain, perencanaan dan pengawasan bukti fisik.

#### **4. Dana Pihak Ketiga (DPK)**

Bank Syariah mempunyai peran sebagai lembaga perantara (*intermediary*) antara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kekurangan dana atau *surplus* unit dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana difisit unit. Dana adalah uang tunai yang dimiliki atau dikuasai oleh Bank dalam bentuk tunai atau aktiva lain yang dapat segera diubah menjadi uang tunai. Uang tunai yang dimiliki dan dikuasai oleh Bank tidak hanya berasal dari para pemilik Bank itu sendiri, tetapi juga berasal dari titipan atau penyertaan dana orang lain atau pihak lain yang sewaktu-waktu atau pada saat tertentu akan ditarik kembali, baik sekaligus ataupun secara berangsur-angsur.

Melalui Bank kelebihan dana-dana tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan dan memberikan manfaat kepada kedua belah pihak. Perkembangan perbankan syariah dapat dilihat dari nilai-nilai

pertumbuhan indikator-indikatornya. Beberapa indikator perbankan syariah yaitu aset, dana pihak ketiga dan kredit.

a. Sumber Dana Bank Syariah yaitu sebagai berikut :<sup>20</sup>

1) Sumber dana pihak pertama atau modal sendiri

Dana ini berasal dari sejumlah dana yang diinvestasikan oleh pemilik untuk pendirian suatu Bank. Jika Bank tersebut sudah beroperasi maka modal merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi pengembangan usaha dan menampung resiko kerugian. Perolehan dana pihak pertama biasanya digunakan apabila Bank mengalami kesulitan untuk memperoleh dana dari pihak luar. Salah satu jenis dana pihak pertama adalah modal setor dari pemegang atau pemilik saham. Selain itu, dana pihak pertama dapat berupa cadangan laba atau laba yang belum dibagi.

2) Sumber dana pihak kedua atau dari lembaga lain

Dana ini merupakan dana pinjaman dari pihak luar atau lembaga, pasar uang antar Bank dan dari pasar uang modal dengan cara menerbitkan obligasi atau surat berharga jangka panjang lainnya<sup>21</sup>. Seperti : kredit likuiditas dari Bank Indonesia, *call money* (pinjaman antar Bank), pinjaman dari Bank-bank luar negeri, Surat Berharga Pasar Uang (SBPU).

3) Sumber dana pihak ketiga atau dana yang dihimpun dari masyarakat

---

<sup>20</sup> Muhammad, *Manajemen Sumber Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm.114.

<sup>21</sup> Selamat Riyadi, *Banking Assets and Liability Management*, hlm. 66.

Dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasional untuk mengukur keberhasilan Bank jika mampu membiayai dari sumber ini. Secara umum, penghimpunan sumber dana ini berasal dari simpanan tabungan, simpanan giro dan simpanan deposito.

b. Macam-macam Produk Dana Pihak Ketiga (DPK) yaitu :

1) Simpanan Tabungan (*saving deposit*)

Menurut UU No.21 tahun 2008 pasal 1 angka 21, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dan berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakatai, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Beberapa contoh tabungan yaitu tabungan harian, pendidikan, undian berhadiah dan kerjasama dengan asuransi. Tabungan yang menerapkan akad *wadiah* mengikuti prinsip-prinsip *wadiah yad dhamanah*, artinya tabungan ini tidak mendapatkan keuntungan karena hanya menitipkan dananya dan dapat diambil sewaktu-waktu dengan menggunakan buku tabungan atau media lainnya seperti kartu ATM.

Tabungan berdasarkan akad *wadiah* tidak mendapatkan keuntungan dari bank karna bersifat titipan. Akan tetapi, bank tidak

dilarang jika ingin memberikan semacam bonus/hadiah. Tabungan yang menetapkan akad *mudharabah* akan mengikuti prinsip-prinsipnya. Pertama, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara *shahibul maal* (nasabah) dan *mudharib* (bank). Kedua, adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan karna untuk melakukan investasi dengan memutarakan dana itu diperlukan waktu yang cukup.<sup>22</sup>

Sumber dana yang berasal dari tabungan mempunyai biaya yang lebih tinggi dibanding giro. Umumnya, sasaran tabungan adalah nasabah perorangan. Walaupun dari sisi biaya lebih tinggi daripada giro tetapi dari segi pendapatan dananya relatif lebih stabil dibandingkan simpanan masyarakat berupa giro.

## 2) Simpanan Deposito(*time deposit*)

Deposito adalah harta benda atau uang yang diberikan ke dalam penguasaan bank untuk pengamatan, investasi atau sebagai agunan. Bila seseorang mendepositokan uang ke suatu Bank, maka uang tersebut merupakan harta milik bank dan hubungan antara bank dengan orang tersebut sama dengan hubungan antara pihak utang dengan pihak piutang.<sup>23</sup> Pengertian deposito menurut UU No.21 tahun 2008 pasal 1 angka 22 adalah investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip

---

<sup>22</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah : Teori ke Praktik*, hlm. 156.

<sup>23</sup> Ahmad Dahlan, *Bank Syariah : Teori Praktik Kririk, cet.1* (Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 150.

syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dana Bank Syariah dan atau UUS.

### 3) Simpanan Giro (*demand deposit*)

Giro sebagai salah satu bentuk simpanan pada Bank Umum. Sering disebut sebagai sumber dana murah bagi Bank. Terdapat asumsi biaya dana giro relatif ringan karna pada umumnya tingkat presentase jasa giro yang ditetapkan Bank Umum kepada nasabah penyimpan lebih rendah bila dibandingkan tingkat keuntungan tabungan dan deposito. Menurut UU perbankan No.10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998, giro adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana pemindah bukuan lainnya.

Menurut terminologi syariah, giro dapat diklasifikasikan ke dalam konsep titipan. Kewajiban untuk menjaga titipan dengan penuh amanah sangat ditekankan baik dalam Al-qur'an, Sunnah maupun Ijma'.

## 5. Bank Sumut Syariah

Bank Islam atau disebut dengan Bank Syariah adalah Bank beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank bebas tanpa bunga adalah lembaga / perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an

dan Hadits atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa – jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang operasionalnya sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Peran perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah menyangkut kelembagaan, kegiatan usaha dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya.<sup>24</sup> PT. Bank Sumut Syariah yang merupakan salah satu alat / kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan. PT. Bank Sumut mempunyai fungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan didaerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang daerah serta salah satu sumber pendapatan daerah.

Bank Sumut Syariah KC Padangsidempuan adalah merupakan salah satu lembaga yang menjalankan prinsip bagi hasil. Prinsip tersebut sesuai syariat sebab kegiatan seluruh perbankan syariah selalu diawasi dan diatur berdasarkan fatwa Dewan Pengawas Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DPSNMUI) yang mengatur jenis kegiatan dan sistem perbankan syariah. Kegiatan yang dilakukan oleh Bank Sumut Syariah adalah yang tidak mengandung unsur riba, gharar dan maysir.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> A. Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 2.

<sup>25</sup> [Http://www.ekonomisyariah.org](http://www.ekonomisyariah.org) akses pada hari kamis, 17 September 2015.

## B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang sejalan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel II.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Indah Firdaus (2018) <i>Skripsi</i> FEBI IAIN Padangsidimpuan	Strategi pemasaran Produk-produk gadai syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Unit Pegadaian Syariah Sadabuan Padangsidimpuan.	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi yang digunakan adalah dengan menggunakan bauran pemasaran ( <i>product, price, place and promotion</i> ).
2.	Suryani Syarif Lubis (2014) <i>Skripsi</i> FEBI IAIN Padangsidimpuan	Strategi pemasaran produk pembiayaan <i>mudharabah</i> pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan.	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa bauran pemasaran yang dilakukan Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan yaitu strategi, <i>product, price, place, promotion, process</i> dan <i>physical eviden</i> sangat membantu dalam memasarkan produk pembiayaan mudharabah.
3.	Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin (2021) <i>Jurnal</i>	Analisis peranan strategi <i>marketing funding</i> dalam peningkatan jumlah nasabah dan dana pihak ketiga : studi pada PT. BPRS Harta Insan Karimah Cikarang	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi <i>marketing funding</i> yang diterapkan di PT. BPRS Harta Insan Karimah Cabang Cikarang adalah strategi jemput bola, yaitu bentuk <i>personal selling</i> atau bertemu langsung dengan nasabah.
4.	Muhammad Husaini, Ita Ariyani (2022) <i>Jurnal</i>	Pengaruh Pemasaran Produk Syariah Terhadap Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Syariah Indonesia Bojonegoro	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dana pihak ketiga dan pengaruh pemasaran produk syariah di Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro tergolong sangat baik dan berpengaruh positif.

5.	Susianah Mokhtar, Nur Syamsu (2020) <i>Jurnal</i>	Optimalisasi Strategi Pemasaran Dana Pihak Ketiga Melalui Pendekatan Tehnik Peramalan <i>Eksponensial Smoothing</i> di Bank Syariah Mandiri	Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri dalam dana pihak ketiga yaitu dengan melakukan peramalan untuk membantu membuat strategi dimasa yang akan datang. Dengan peramalan yang dilakukan, dana pihak ketiga tumbuh pada tahun 2020 lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.
6.	Adriani Adriani (2022) <i>Jurnal</i>	Strategi Pemasaran Islam Dalam Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) Pada Bank Syariah	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi pemasaran islam yang digunakan sesuai dengan produk yang ditawarkan, seperti <i>wadiah</i> dan <i>mudharabah</i> . Keduanya dilakukan dengan analisis SWOT terlebih dahulu.
7.	Lufni Mashabib Nasution (2021) <i>Jurnal</i>	Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Deposito IB Ibadah di PT. Bank Sumut KC Syariah Medan	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang digunakan Bank Sumut KC Syariah Medan dalam memasarkan produknya adalah strategi bauran pemasaran ( <i>marketing mix</i> ). Dengan menggunakan tehnik <i>telle marketing</i> , <i>croosselling</i> , <i>open both</i> , <i>canvassing</i> , mengunjungi pelanggan dan membuat program yang menarik.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu:

- a. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Indah Firdaus yaitu meneliti tentang strategi pemasaran. Adapun perbedaan antara keduanya yaitu penelitian ini berfokus terhadap dana pihak ketiga dan dilakukan di Bank

Sumut KC Syariah Padangsidempuan sedangkan penelitian Indah Firdaus berfokus terhadap produk-produk gadai syariah dan dilakukan di Unit Pegadaian Syariah sadabuan Padangsidempuan.

- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Suryani Syarif Lubis yaitu meneliti tentang strategi pemasaran dan dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan. Adapun perbedaan antara keduanya yaitu pada penelitian ini berfokus pada dana pihak ketiga sedangkan pada penelitian Suryani Syarif Lubis berfokus pada produk pembiayaan *mudharabah*.
- c. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin yaitu meneliti tentang strategi *marketing funding* dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Adapun perbedaan antara keduanya yaitu pada penelitian ini hanya berfokus pada peningkatan dana pihak ketiga dan dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan sedangkan pada penelitian Muhammad Hamdan 'Ainulyaqin berfokus dalam meningkatkan jumlah nasabah dan dana pihak ketiga serta dilakukan di PT. BPRS Harta Insan Karimah Cikarang.
- d. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Husaini dan Ita Ariyani yaitu meneliti mengenai pemasaran terhadap peningkatan dana pihak ketiga. Adapun perbedaan antara keduanya yaitu pada penelitian Muhammad Husaini dan Ita Ariyani meneliti tentang pengaruh pemasaran dalam peningkatan dana pihak ketiga serta dilakukan di Bank Syariah Indonesia Bojonegoro sedangkan penelitian ini meneliti tentang

strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga dan dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

- e. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Susianah Mokhtar dan Nur Syamsuyaitu membahas strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Adapun perbedaan antara keduanya yaitu pada penelitian ini dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan sedangkan pada penelitian dilakukan di Bank Syariah Mandiri.
- f. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Adriani Adriani yaitu meneliti strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga. Sedangkan perbedaan antara keduanya yaitu tehnik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan penelitian Adriani Adriani menggunakan analisis SWOT.
- g. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Afni Mashabib Nasution yaitu meneliti strategi pemasaran dengan menggunakan bauran pemasaran dan dilakukan di Bank Sumut KC Syariah. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian Afni Mashabib Nasution yaitu tujuan pada penelitian ini untuk meningkatkan dana pihak ketiga dan dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan sedangkan tujuan pada penelitian Afni Mashabib Nasution untuk meningkatkan jumlah nasabah produk deposito IB ibadah dan dilakukan di PT. Bank Sumut KC Syariah Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Juli-Desember 2023 dan lokasi penelitian dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan yang berada di Jalan Merdeka No.12 Padangsidempuan Sumatera Utara.

#### **B. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Artinya, data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi subjek yang diteliti dan dokumen resmi lainnya. Adapun jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kualitatif prosedur penelitian lapangan yang menghasilkan data deskriptif yang berupa data-data tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.<sup>1</sup>

#### **C. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan salah satu hal yang baik dilakukan penelitian meliputi pada orang, benda atau lembaga dan lain-lain. Subjek penelitian adalah lembaga yang berhubungan langsung dengan kegiatan operasional sehingga mengetahui dengan jelas tentang permasalahan yang akan diteliti dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti. Jadi

---

<sup>1</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2017), hlm.69.

subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu 3 karyawan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dan 5 orang nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan yang dilakukan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan.

Nama karyawan yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran, Ibu Sonya Safitri selaku *Account Officer* (AO) Pembiayaan dan Ibu Nona Soraya Pasaribu selaku *Teller* di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan. Adapun nama-nama nasabah yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Bapak Jaelani berprofesi sebagai Pedagang, Ibu Hafni berprofesi sebagai Guru TK, Ibu Elisabet berprofesi sebagai Guru, Saudara Eril Pratama berprofesi sebagai Wiraswasta dan Ibu Sodani berprofesi sebagai Kepala sekolah.

#### **D. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

##### **1. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama dari hasil individu atau data yang belum diolah seperti hasil wawancara pihak yang bersangkutan serta dokumen dan arsip-arsip perubahan yang menjadi tempat penelitian.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini, sumber data dari data primer diperoleh dari informan melalui wawancara yang

---

<sup>2</sup> Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, t.t.), 2013, hlm. 20.

dilakukan peneliti pada karyawan dan 5 orang nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

## 2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku serta dokumentasi perusahaan. Sumber data sekunder dapat memberi keterangan atau data pelengkap sebagai bahan pembanding.<sup>3</sup> Adapun data sekunder dari penelitian ini adalah data Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan. Dalam penelitian ini tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi.

### 1. Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.<sup>4</sup>

Tehnik wawancara pada penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Dimana pedoman wawancara disusun secara terperinci tetapi

---

<sup>3</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2018), hlm. 133.

<sup>4</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2017), hlm. 109.

masih menggali data lebih dalam lagi, selain yang tercantum dalam pedoman wawancara. Wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan cara menanyakan secara langsung kepada pihak Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan dan menentukan target dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu catatan kejadian yang diperoleh dari lokasi penelitian dapat berbentuk lisan dan tulisan. Dokumentasi diperoleh sebagai data pelengkap dalam data penelitian.<sup>5</sup> Dalam hal ini peneliti akan terjun langsung ke lapangan khususnya Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan untuk menggali informasi dari pihak Bank pada bagian pembiayaan nasabah untuk mendapatkan informasi terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga.

## F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun urutan data secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, maka dilaksanakan pengolahan dan analisis data dengan tehnik sebagai berikut :

### 1. Reduksi Data

---

<sup>5</sup> Albi Anggito dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bojong: CV jejak, 2018), hlm. 145.

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan data selanjutnya.

## 2. Deskripsi Data

Deskripsi data yaitu menguraikan data secara sistematis untuk mendeskripsikan pelaksanaan penelitian induksi dan deduksi sesuai dengan sistematis pembahasan.

## 3. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Pada bagian ini, peneliti mengutarakan kesimpulan atas data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi sehingga menjadi penelitian yang dapat menjawab permasalahan yang ada.

## **G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa tehnik untuk menjamin keabsahan data :

### 1. Triangulasi metode

Triangulasi metode yaitu yang dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda dengan menggunakan metode wawancara. Dalam tehnik triangulasi metode, peneliti menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran

informasi. Dalam penelitian ini, yang menjadi triangulasi metode yaitu karyawan dan nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

## 2. Triangulasi sumber data

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya selain melalui wawancara, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis dan gambar atau foto.

## 3. Triangulasi teori

Triangulasi teori yaitu hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Selain itu, peneliti mampu menggali pengetahuan teoritik secara mendalam atas hasil analisis yang telah diperoleh.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Bank SumutKC Syariah Padangsidimpuan**

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara atau sekarang disebut Bank Sumut didirikan pada tanggal 4 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No.22 dalam bentuk Perseroan Terbatas dengan nama BPSU. Pada tahun 1962 berdasarkan undang-undang No.13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank pembangunan Daerah tingkat I Sumatera Utara No.5 tahun 1965 dirubah menjadi Bank Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan modal dasar pada saat itu sebesar Rp.100.000.000 dengan sahamnya dimiliki oleh Pemerintahan Daerah tingkat I Sumatera utara dan Pemerintah Daerah tingkat II se-Sumatera utara.

Pada tanggal 16 April 1999, berdasarkan peraturan Daerah tingkat I Sumatera utara No.2 tahun 1999, bentuk badan dirubah kembali menjadi perseroan terbatas dengan nama Bank Sumut. Perubahan tersebut dituangkan dalam akte pendirian Alina Hanum Nasution, S.H. dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dibawah No.54 Tanggal 6 Juli 1999. Modal dasar pada saat itu menjadi Rp.400 Milyar yang selanjutnya dengan pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan Bank, ditahun yang sama modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp.500 Milyar.

Sesuai dengan akte No.39 tanggal 10 Juni 2008 yang dibuat dihadapan H. Marwansyah Nasution, S.H. Notaris di Medan berkaitan dengan akta penegasan tanggal 10 November 2008 yang telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan hak asasi manusia republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam surat keputusan No.AHU-AH.01-87927.AH.01.02 tahun 2008 tanggal 20 November 2008 yang diumumkan dalam tambahan berita Negara republik Indonesia No.10 tanggal 13 Februari 2009, maka modal dasar ditambah dari Rp.500 Milyar menjadi Rp.1 Triliun.

Anggaran dasar Bank telah beberapa kali mengalami perubahan, anggaran dasar terakhir sesuai dengan Akta No.12 tanggal 18 Mei 2011 dari Notaris Afrizal Arsad Hakim, S.H. mengenai pernyataan keputusan rapat PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara. Perubahan anggaran dasar ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagaimana dinyatakan dalam surat keputusan No.AHU-33566AHU.01.02 tahun 2011 tanggal 5 Juli 2011, dimana modal dasar mengalami perubahan dari Rp.1 triliun menjadi Rp.2 triliun.

Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit/Divisi usaha syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan *stackholder* PT.Bank Sumut, khususnya Direksi dan Komisaris yaitu sejak dikeluarkannya UU No.10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) juga didasarkan pada kultur

masyarakat Sumatera utara yang religius. Khususnya ummat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajarannya dalam semua aspek kehidupan termasuk dalam bidang ekonomi.

Komitmen untuk mendirikan unit usaha syariah semakin menguap seiring dikeluarkannya Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa bunga haram. Tentunya fatwa ini mendorong keinginan-keinginan masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa-jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dari hasil survei yang dilakukan 8 kota Sumatera Utara, menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank syariah cukup tinggi yaitu 70% untuk tingkat ketertarikan dan diatas 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah.

Atas dasar ini dan komitmen Bank Sumut terhadap pengembangan layanan perbankan syariah maka pada tanggal 4 November 2004 PT. Bank Sumut unit usaha syariah membuka 2 unit kantor operasional, yaitu :

- a. Kantor Cabang Syariah Medan
- b. Kantor Cabang Syariah Padangsidimpuan.

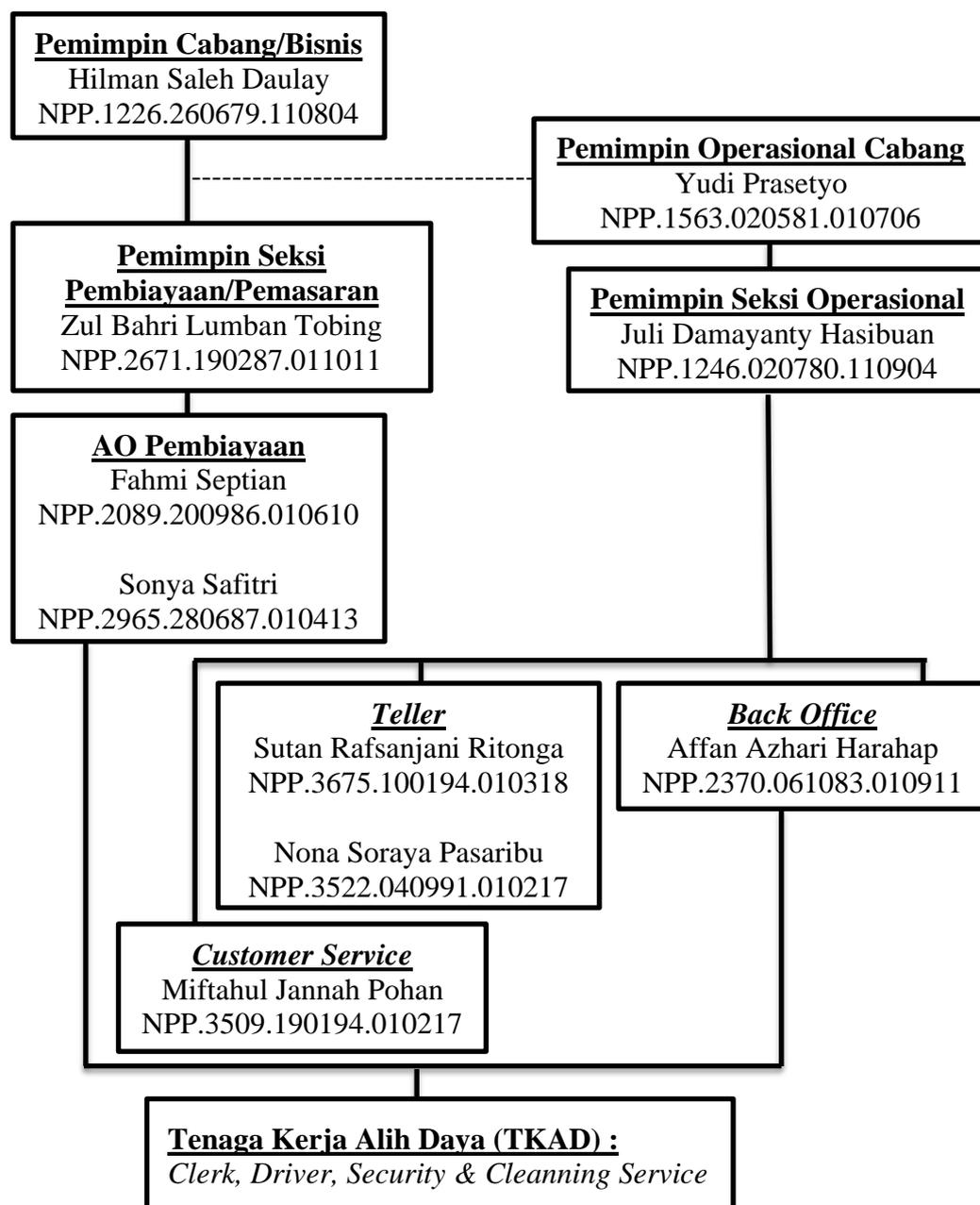
## **2. Visi dan Misi Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan**

- a. Visi Bank Sumut adalah menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah dari segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

- b. Misi dari Bank Sumut adalah mengelola dana pemerintahan dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance*.

### 3. Struktur Organisasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan

Gambar IV.1 Struktur Organisasi PT. Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan



----- Garis Koordinasi  
 \_\_\_\_\_ Garis Komando

Pembagian tugas dan tanggung jawab Bank Sumut KC Syariah  
 Padangsidimpuan, yaitu :

a. Pemimpin cabang

Tugas dan tanggung jawab pemimpin cabang, yaitu :

- 1) Memonitor dan terlaksananya pengelolaan dana promosi dalam rangka mengoptimalkan kegiatan penjualan agar tercapainya target bisnis kantor cabang.
- 2) Memonitor dan mengevaluasi kinerja unit kantor dibawahnya sesuai kewenangannya dalam rangka mengoptimalkan kinerja.
- 3) Merencanakan dan terlaksananya pengelolaan program pemasaran dan penjualan produk dan jasa serta kredit agar tercapainya target bisnis kantor cabang.
- 4) Mengontrol keterbukaan informasi di kantor cabang dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia Bank.
- 5) Terbinanya hubungan baik dengan nasabah di kantor cabang.

b. Pemimpin seksi pembiayaan

Tugas dan tanggung jawab pemimpin seksi pembiayaan, yaitu:

- 1) Mengkoordinasi proses pemeliharaan nasabah *existing* dalam rangka peningkatan kepuasan nasabah.
- 2) Mengkoordinasikan dan terlaksananya kegiatan program pemasaran produk dana dan jasa serta kredit agar tercapainya target bisnis.

- 3) Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait kegiatan *monitoring* dan *suvervisi* kredit sandi 1-2 sesuai ketentuan yang berlaku.

c. Pemimpin seksi operasional

Tugas dan tanggung jawab pemimpin seksi operasional, yaitu :

- 1) Mengkoordinasikan pengelolaan infrastruktur untuk mendukung operasional kantor.
- 2) Mengkoordinasikan dan menyediakan pengadaan fasilitas kerja untuk mendukung operasional bank.
- 3) Mengkoordinasikan pengamanan distribusi uang.
- 4) Mengkoordinasikan dan menyediakan administrasi kepegawaian untuk mendukung operasional.
- 5) Mengatur rotasi tenaga alih daya/tenaga honor untuk memenuhi kebutuhan SDM Bank.

d. AO pembiayaan

Tugas dan tanggung jawab AO pembiayaan, yaitu :

- 1) Mengenalkan dan memastikan produk yang ditawarkan perusahaan bisa terdistribusi dengan baik ke nasabah
- 2) Membuat dan memproses *invoice*
- 3) Memeriksa ulang antara *invoice* dengan pembayaran dan pengeluaran
- 4) Mengelola hutang dan piutang perusahaan
- 5) Melakukan koordinasi dengan *marketing*

e. *Customer service*

Tugas dan tanggung jawab *customer service*, yaitu :

- 1) Melayani nasabah pada waktu pembukaan dan penutupan (giro, tabungan dan deposito)
- 2) Melayani dan menjelaskan berbagai masalah serta komplain nasabah
- 3) Memelihara ketersediaan aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan pembukaan/penutupan (giro, tabungan dan deposito)
- 4) Melayani setoran BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji)
- 5) Memberi informasi kepada *account manager funding* apabila terdapat calon nasabah potensial yang perlu dilakukan pendekatan untuk menjadi nasabah Bank Sumut Syariah

f. *Teller*

Tugas dan tanggung jawab *teller*, yaitu :

- 1) Sebagai penerima setoran uang
- 2) Menghitung uang, mengecek keaslian uang dan mencetak saldo akhir dalam buku tabungan.
- 3) Melakukan aktivasi penerimaan sesuai SOP.
- 4) Sebagai pembayaran yang (tunai/non tunai)
- 5) Melayani transfer dana, kriling, inkaso ataupun transaksi perbankan lainnya.

g. *Back office*

Tugas dan tanggung jawab *back office*, yaitu :

- 1) Membuat dan mengelola laporan keuangan
- 2) Melakukan pengecekan dan mengontrol *invoice* dan pemesanan
- 3) Mengurus laporan pemasaran dan penjualan

- 4) Mengurus berkas pengembalian
- 5) Monitoring stok dan selalu melakukan pengecekan agar kondisi stok tidak habis

h. *Clerk*

Tugas dan tanggung jawab *clerk*, yaitu :

- 1) Menerima panggilan telepon dari *customer* atau *vendor* untuk menindaklanjuti janji temu dan pengiriman
- 2) Menyusun dan memperbaharui catatan perusahaan
- 3) Mengelola investaris kantor dan bekerja dengan *vendor* untuk memastikan pasokan bahan bakar kantor secara teratur,
- 4) Menyusun dan memelihara catatan transaksi bisnis kantor
- 5) Mengoperasikan peralatan kantor seperti : *printer*, mesin *fotocopy*, *fax* dan instrumen multimedia.

i. *Driver*

Tugas dan tanggung jawab *driver*, yaitu :

- 1) Melayani dan mengantar keperluan dinas pimpinan dan karyawan/ti Bank Sumut Syariah keluar kantor
- 2) Mengantar atau menjemput karyawan/ti yang sedang melaksanakan dinas ke/dari luar kota
- 3) Melaporkan kepada bagian terkait jika kondisi mengharuskan untuk dilakukan *service* pemeliharaan kendaraan
- 4) Memelihara dan menjaga kebersihan kendaraan
- 5) Menjaga rahasia dan nama baik perusahaan

j. *Security*

Tugas dan tanggung jawab *security*, yaitu :

- 1) Mengamankan dan menjaga keselamatan karyawan/ti didalam kantor
- 2) Melakukan pengawalan pembawaan uang tunai
- 3) Mengawal pembukaan ruang khasanah dipagi hari dan penutupan ruang khasanah diakhir kerja
- 4) Mengatur parkir kendaraan nasabah, mengarahkan nasabah yang datang dan menjaga ketertiban Bank

k. *Celanning service*

Tugas dan tanggung jawab *cleanning service*, yaitu :

- 1) Menjaga kebersihan ruangan kantor
- 2) Melayani kebutuhan-kebutuhan pemimpin, karyawan/ti dan nasabah
- 3) Membantu tugas-tugas bagian umum

#### **4. Produk-produk Penghimpunan Dana Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan**

Adapun produk-produk penghimpunan dana yang terdapat di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, yaitu :

a. Tabungan smart iB

Tabungan smart iB adalah tabungan dengan prinsip *mudharabah mutlaqah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam operasional di *counter teller* atau melalui ATM. Keuntungannya, yaitu :

- 1) Bagi hasil yang kompetitif.

- 2) Biaya administrasi diambil dari bagi hasil dengan jumlah maksimal sesuai ketentuan dan tidak memotong saldo pokok jika tidak menggunakan ATM.
- 3) Layanan *e-statement* dan tata cara penggunaan layanan tersebut berdasarkan peraturan Direksi terkait *e-statement* yang berlaku.
- 4) Dapat dibuka diseluruh unit kantor dan syariah unit layanan syariah.

b. Tabungan smart iB *wadiah*

Tabungan smart iB *wadiah* adalah tabungan dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* (titipan dana) dan tidak ada imbal hasil yang dipersyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari Bank. Keuntungannya, yaitu :

- 1) Dapat menggunakan fasilitas kartu ATM.
- 2) Bebas biaya administrasi tabungan kecuali jika nasabah memakai fasilitas kartu ATM, maka nasabah dikenakan biaya penggunaan kartu ATM.
- 3) Tata cara penggunaan layanan tersebut berdasarkan peraturan Direksi terkait layanan *e-statement* yang berlaku.

c. Tabungan smart iB makbul

Tabungan smart iB makbul adalah produk tabungan khusus Bank Sumut UUS dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* yang khusus diperuntukkan untuk setoran haji dan merupakan untuk menunaikan haji. Produk ini terkoneksi secara *online* dengan aplikasi SSKOHAT untuk mendapatkan porsi dan pelunasan BPIH. Keuntungannya, yaitu :

- 1) Bebas biaya administrasi.
- 2) Setoran awal yang ringan.
- 3) Nasabah mendapatkan perlengkapan haji bagi yang berangkat ke tanah suci.
- 4) Langsung mendapatkan nomor porsi haji apabila dengan syarat untuk mendapatkan porsi.
- 5) Manasik haji gratis di asrama haji Medan dengan fasilitas menginap dan bimbingan haji.

d. Tabungan simpel iB

Tabungan yang diperuntukkan bagi siswa/pelajar yang diterbitkan secara nasional oleh Bank-Bank di Indonesia yang dikembangkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Komite Pengembangan Jasa Keuangan Syariah (KPJKS) dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan ini menggunakan prinsip *mudharabah* (bagi hasil) yang dapat digunakan sebagai investasi yang menguntungkan dan dapat diambil kapan saja. Keuntungannya, yaitu :

- 1) Bebas biaya administrasi bulanan.
- 2) Dapat menggunakan fasilitas kartu ATM.
- 3) Mendapatkan bagi hasil.
- 4) Hadiah kepada siswa/i berprestasi.

e. Giro *wadiah*

Produk penghimpunan dana dengan prinsip *wadiah yad dhamanah* (titipan) yang dapat diambil kapan saja menggunakan cek/giro dengan berdasarkan kesepakatan tertentu yang telah disepakati dan tidak ada imbal hasil yang disyaratkan kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak Bank. Produk giro ini diperuntukkan bagi nasabah perorangan, lembaga dan badan usaha untuk memudahkan bisnis yang didukung dengan jaringan yang luas dan terkoneksi secara *online* dan dapat juga dijadikan sebagai rekening gabungan. Keuntungannya, yaitu fasilitas buku cek/giro dan prosesnya cepat.

f. Giro Umat

Produk penghimpunan dana dengan prinsip *mudharabah* (bagi hasil) dapat diambil kapan saja menggunakan cek/giro yang dapat digunakan sebagai investasi yang menguntungkan. Produk giro ini diperuntukkan bagi nasabah perorangan, lembaga dan badan usaha untuk memudahkan bisnis yang didukung dengan jaringan yang luas dan terkoneksi secara *online* dan dapat juga dijadikan sebagai rekening gabungan. Keuntungannya, yaitu :

- 1) Mendapatkan bagi hasil.
- 2) Proses cepat.
- 3) Fasilitas cek/giro.
- 4) Jaringan luas.

g. Deposito iB Ibadah *mudharabah*

Produk penghimpunan dana simpanan berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan perjanjian antara nasabah dengan Bank. Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad *mudharabah* (bagi hasil).

Keuntungannya, yaitu :

- 1) Bagi hasil lebih tinggi.
- 2) Bebas denda penalti.
- 3) Dapat diperpanjang secara otomatis.
- 4) Dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

h. Giro iB ibadah

Deposito iB ibadah (investasi bagi hasil *mudharabah*) adalah produk dengan prinsip *mudharabah* yang merupakan simpanan berjangka, dimana penarikannya hanya dapat dilakukan berdasarkan perjanjian antara deposan dan Bank dengan pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah. Keuntungannya, yaitu :

- 1) Dana dikelola dengan prinsip syariah.
- 2) Bebas biaya penalti.
- 3) Bagi hasil kompetitif yang dihitung secara harian.
- 4) *Automatic Roll Over*.
- 5) Jika nasabah mencairkan sebelum jatuh tempo, maka tetap mendapatkan bagi hasil yang dihitung secara harian.

## B. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam deskripsi data peneliti menggunakan 7 informan sebagai sumber data dalam penelitian ini. Dimana 3 orang informan merupakan karyawan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dan 5 orang merupakan nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan. Berikut tabel informan dalam penelitian :

**Tabel IV.1 Deskripsi Data Karyawan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan**

No.	Nama	Jabatan	Keterangan
1.	Zul Bahri Lumban Tobing	Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran	Informan
2.	Sonya Safitri	AO Pembiayaan	Informan
3.	Nona Soraya Pasaribu	<i>Teller</i>	Informan

*Sumber : Informan*

**Tabel IV.2 Deskripsi Data Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan**

No.	Nama	Pekerjaan	Keterangan
1.	Jaelani	Pedagang	Informan
2.	Hafni	Guru TK	Informan
3.	Elisabet	Guru	Informan
4.	Eril Pratama	Wiraswasta	Informan
5.	Sodani	Kepala Sekolah	Informan

*Sumber : Informan*

Berdasarkan tabel IV. 1 dan tabel IV. 2 adalah data informan yang menunjukkan bahwa karakteristik informan berdasarkan pekerjaannya.

Adapun karakteristik informan mulai dari umur, pekerjaan dan alamat yaitu sebagai berikut :

1. Informan yang bernama Bapak Zul Bahri Lumban Tobing berprofesi sebagai Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dan beralamat di Kota Padangsidempuan.
2. Informan yang bernama Ibu Sonya Safitri berprofesi sebagai AO Pembiayaan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dan beralamat di Kota Padangsidempuan.
3. Informan yang bernama Ibu Nona Soraya Pasaribu umur 30 tahun yang berprofesi sebagai *Teller* di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dan beralamat di Kota Padangsidempuan.
4. Informan yang bernama Bapak Jaelani umur 52 tahun yang berprofesi sebagai Pedagang di Sagumpal Bonang Kota Padangsidempuan dan beralamat di Jl. Perintas Kemerdekaan, Padangmatinggi.
5. Informan yang bernama Ibu Hafni umur 50 tahun yang berprofesi sebagai Guru TK dan beralamat di Losung Batu.
6. Informan yang bernama Ibu Elisabet umur 50 tahun yang berprofesi sebagai Guru dan beralamat di Kota Padangsidempuan.
7. Informan yang bernama Eril Pratama umur 20 tahun yang berprofesi sebagai Wiraswasta dan beralamat di Sadabuan.
8. Informan yang bernama Ibu Sodani umur 53 tahun yang berprofesi sebagai Kepala Sekolah R.A Al-Qur'an Padangmatinggi dan beralamat di Padangmatinggi.

### C. Pengolahan dan Analisis Data

Pemasaran adalah aktivitas dan kegiatan menyampaikan dan menukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan dan masyarakat umum. Pemasaran tersebut sangat penting bagi setiap perusahaan karena membantu menghubungkan kegiatan produksi dan konsumsi masyarakat serta membantu perusahaan lebih kreatif dalam mengenalkan atau mempromosikan produknya. Produk dana pihak ketiga yaitu tabungan, deposito dan giro.

#### 1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan Saat ini

Target Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan pemasaran saat ini yaitu ASN yaitu PNS, PPPK, Kampus. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Sonya Safitri selaku AO pembiayaan :

“Saat ini Kami fokus ke ASN yaitu PNS dan PPPK karena gaji ASN berada di Bank Sumut sehingga resikonya akan rendah dan ASN diikat dengan asuransi”.<sup>1</sup>

Sedangkan strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah dalam meningkatkan dana pihak ketiga saat ini adalah dengan strategi tersendiri dari Bank tersebut yaitu 3in (telponin, suratin dan kunjungin) serta menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Seperti hasil wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

“Kalau untuk strategi pemasaran ini sebenarnya sama seperti bank lain. Hanya saja ada beberapa cara tersendiri yang dilakukan bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan yaitu 3in (telponin, suratin dan kunjungin).

---

<sup>1</sup> Sonya Safitri, AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).

Kemudian dalam strategi pemasaran ini adalah menyentuh hati calon nasabah”.<sup>2</sup>

- a. Telponin yaitu menghubungi nasabah dan calon nasabah.
- b. Suratin yaitu membuat surat dalam bentuk penawaran tentang bagaimana keunggulan produk.
- c. *Visit* atau kunjungan ke setiap Instansi dengan membawa brosur. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Sonya Safitri selaku AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

“Kami sekarang melakukan *visit* (kunjungan) ke Instansi-instansi, Dinas, Sekolah-sekolah wilayah Padangsidempuan yang notabeneanya ke Pemerintahan dengan membawa brosur karena fokus/target Kami sekarang itu ASN”.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Hafni selaku nasabah

Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan:

“Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan pernah melakukan pemasaran produk tabungan untuk Anak TK di sekolah Saya sehingga Anak didik Saya mau menabung dan kemudian uang anak didik Saya yang ingin ditabungkan diberikan kepada Saya dan Saya simpan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan ini”.<sup>4</sup>

Kemudian sebelum melakukan pemasaran tersebut, Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan *Mapping* atau melakukan pemetaan jadwal terlebih dahulu untuk mengetahui lokasi yang akan dilakukan pemasaran. Seperti wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

---

<sup>2</sup> Zul Bahri Lumban Tobing, Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 5 desember 2023).

<sup>3</sup> Sonya Safitri, AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).

<sup>4</sup> Hafni, Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).

“Kami melakukan observasi terlebih dahulu. Kemudian sebelum melakukan pemasaran, Bank Sumut KC Syariah melakukan *mapping* (pemetaan) terlebih dahulu agar mengetahui segmentasi pasar Kami itu apa. Sementara segmentasi pasar Kami saat ini yaitu ke Kampus, Pemerintahan, Mesjid”.<sup>5</sup>

d. *Product* (Produk)

Produk dana pihak ketiga yang terdapat di Bank Sumut KC

Syariah Padangsidimpuan yaitu :

- 1) Tabungan smart iB
- 2) Tabungan smart iB *wadiah*
- 3) Tabungan smart iB makbul
- 4) Tabungan simpel iB
- 5) Giro *wadiah*
- 6) Giro umat
- 7) Deposito iB ibadah *mudharabah*
- 8) Deposito iB ibadah

e. *Price* (harga)

Harga dalam hal ini yaitu bagi hasil. Bagi hasil di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan tergantung pendapatan Bank itu sendiri. Bagi hasil giro setara 1,2% pertahun, tabungan 1,2% pertahun sedangkan deposito tergantung jangka waktu , dimana jika 1 bulan dan 3 bulan bagi hasilnya 2,87%, jika 6 bulan 3,06% dan jika 12 bulan 3,32%. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumbang Tobing selaku

---

<sup>5</sup> Nona Soraya, *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).

Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran Bank Sumut KC Syariah

Padangsidimpun :

“Harga produk sebenarnya maksudnya bagi hasil. Untuk bagi hasil berbeda tiap bulannya tergantung dari pendapatan bank itu sendiri. Kalau untuk sekarang bagi hasil giro setara dengan 1,2% pertahun, tabungan 1,2%. Tetapi ada beberapa jenis tabungan yang berbeda karena tergantung besar dananya. Sedangkan deposito ada jangka waktu yaitu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan. Sehingga bagi hasilnya tergantung dengan jangka waktunya. Untuk deposito jangka waktu 1 dan 3 bulan itu 2,87%, untuk 6 bulan 3,06% dan untuk 12 bulan 3,32%. Tetapi bagi hasil deposito juga bisa berubah, tergantung dengan pendapatannya”.<sup>6</sup>

Selain itu, Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun juga memberikan harga yang unik dalam menarik minat nasabah. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun :

“Kami melakukan pendekatan dengan Nasabah, menawarkan produk dan menunjukkan keunggulan produk. Misalnya seperti di UIN Syahada Padangsidimpun, dimana sebelumnya Mahasiswa UIN Syahada padangsidimpun hanya bisa melakukan pembayaran SPP di BSI. Kemudian kami melakukan pendekatan dengan pihak UIN Syahada Padangsidimpun dengan menunjukkan keunggulan produk bahwa sekarang Mahasiswa UIN Syahada bisa melakukan pembayaran SPP di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun tanpa biaya administrasi”.<sup>7</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Jaelani selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun :

“Kalau dibandingkan dengan Bank lain menurut Saya lebih enak disini dan bagi hasilnya juga lebih besar”<sup>8</sup>

f. *Place* (lokasi)

---

<sup>6</sup> Zul Bahri Lumban Tobing, Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun, *Wawancara*, (Padangsidimpun 5 Desember 2023).

<sup>7</sup> Nona Soraya, *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun, *Wawancara*, (Padangsidimpun, 12 Oktober 2023).

<sup>8</sup> Jaelani, Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun, *Wawancara*, (Padangsidimpun, 12 Oktober 2023).

Lokasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun merupakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau nasabah. Seperti wawancara dengan Bapak Jaelani selaku nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun :

“Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun termasuk lokasi yang mudah dijangkau, karena lokasinya berada di Pusat kota dan berdekatan dengan pasar”.

g. *Promotion* (promosi)

Promosi yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun saat ini melalui *handphone* atau yang disebut dengan *telemarketing* untuk melakukan periklanan di media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *story whatsapp*. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun :

“Dulu Kami melakukan promosi melalui radio, tetapi sekarang Kami melakukan promosi melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *story whatsapp*”.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudara Eril Pratama Daulay selaku nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun:

“Saya pernah melihat iklan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun di media sosial dan pamflet”.<sup>10</sup>

h. *People* (Orang)

---

<sup>9</sup> Nona Soraya, *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun, *Wawancara*, (Padangsidimpun, 12 Oktober 2023).

<sup>10</sup> Eril Pratama, Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun, *Wawancara*, (Padangsidimpun, 12 Oktober 2023).

Seluruh karyawan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan merupakan *marketing*. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya Pasaribu selaku *teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan :

“Semua Orang di Bank ini adalah *marketing funding*. Dimana *Teller* dan *customer service* melakukan pemasaran dengan *cross selling* sedangkan bagian pemasaran mereka terjun langsung ke lapangan. Sebenarnya ada *marketing funding* dan *marketing* pembiayaan, cuman bagian *marketing* pembiayaan Kami disini juga berfungsi sebagai *marketing funding*. Selain mereka melakukan analisis pembiayaan, mereka juga memasarkan produk-produk dana pihak ketiga”.<sup>11</sup>

Dalam melakukan pemasaran tersebut, bagian *marketing funding* dan AO Pembiayaan melakukan penjadwalan dan bergantian dalam melakukan pemasaran. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Sonya Safitri selaku AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan :

“Kami melakukan penjadwalan setiap hari karena Kami ada laporan setaip harinya. Kami ada *geogle form* yang *coonect* ke kantor pusat sehingga setiap hari kami harus melaporkan kemana tujuannya dan bagaimana hasilnya. Makanya Saya selalu bergantian dengan bagian *marketing funding*”.<sup>12</sup>

Sikap karyawan dalam melayani nasabah juga memberikan pelayanan yang prima sesuai dengan standar pelayanan Bank seperti : salam, sapa, senyum dan lain sebagainya. seperti hasil wawancara dengan Ibu Sodani selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan :

“Untuk pelayanan di Bank sumut KC Syariah Padangsidimpuan sangat baik dan ramah”.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Nona Soraya, *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).

<sup>12</sup> Sonya Safitri, AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).

<sup>13</sup> Sodani, Nasabah Bank sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).

i. *Process* (proses)

Proses yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan pemasaran yaitu mengetahui prospek (target) kemudian 3in (telponin, suratn dan kunjungin). Seperti hasil wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

“Kalau untuk proses pemasarannya itu yang pertama yaitu menentukan prospeknya (target) dulu siapa. Setelah mengetahui prospek kemudian mulai dari 3in tadi (telponin, suratn dan kunjungin)”.<sup>14</sup>

j. *Physical evidence* (bukti fisik)

Bukti fisik yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan yaitu brosur dan spanduk yang digunakan dalam menawarkan produk kepada nasabah. Adapun yang mendesain brosur dan spanduk tersebut adalah sekretaris perusahaan. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

“Kami melakukan pemasaran melalui media sosial, tetapi yang mendesain spanduk, brosur dan iklan tersebut didesain langsung oleh sekretaris perusahaan karna Kantor Cabang tidak punya wewenang dalam mendesain. Sekretasi perusahaan berkordinasi dengan Divisi umum, dimana bagian Divisi umum bagian yang mencetak brosur dan spanduk”.<sup>15</sup>

Dengan strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan tersebut, jumlah dana pihak ketiga bisa meningkat dan mencapai target. Terlihat di data dana pihak ketiga di dua tahun terakhir.

---

<sup>14</sup> Zul Bahri Lumban Tobing, Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 5 Desember 2023).

<sup>15</sup> Nona Soraya, *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).

## 2. Strategi Pemasaran dalam Menentukan dan Mencapai Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan

Dalam kamus lengkap bahasa Indonesia, target adalah sasaran, angka (jumlah) hasil yang direncanakan harus tercapai. Target merupakan sasaran dari pernyataan spesifik mengenai suatu kegiatan atau hasil yang dapat diukur, dinilai dan direncanakan cara pencapaiannya.<sup>16</sup>

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dalam menentukan target dana pihak ketiga yaitu menyusun RKAT (Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan) di awal tahun dengan mengoptimalkan tujuan. Dimana di akhir tahun (31 Desember) dilakukan *close book one year* (tutup buku dalam satu tahun), kemudian apabila dalam setahun jumlah dana pihak ketiga menurun maka akan dilakukan perhitungan.

Perhitungan dalam menentukan target di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan bukan hanya melalui angka tetapi dari segi perekonomian masyarakat Padangsidimpuan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan:

“Kalau bicara target, setiap Perbankan pasti memiliki target. Kalau di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, di awal tahun itu ada RKAT (Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan) yaitu diakhir tahun akan dilakukan *close book one year*. Misalnya, setelah dilihat diakhir tahun ternyata deposito di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan hanya 30 Milyar. Dari hasil tersebut akan ditentukan, terjadi kenaikan atau penurunan. Kemudian dalam menentukan target bukan hanya dilihat dari angka tetapi dari perhitungan-

---

<sup>16</sup> Neta Melania, “Pelaksanaan Motivasi Dalam Pencapaian Target Kredit di BRI Unit Tamansari Bandung,” <http://repository.unpas.ac.id/28823/>, 26 Desember 2018.

perhitungan. Contohnya dalam konteks segi perekonomian Masyarakat Kota Padangsidimpuan”<sup>17</sup>

Setelah menyusun RKAT tersebut, akan dikonfirmasi ke Kantor pusat. Kemudian Kantor pusat akan menentukan target yang akan dicapai oleh Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan :

“Kalau untuk target, Kami di *share* dari Kantor pusat. Sebelumnya Kami akan mengkonfirmasi hasil tahunan kemudian Kantor pusat akan menentukan targetnya”.

Adapun strategi tersendiri Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dalam mencapai target tersebut yaitu dengan percaya diri, jangan pernah merasa bosan dan mengadakan promosi-promosi di akhir tahun. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan :

“Strategi tersendiri dari kami agar mencapai target yaitu menetapkan percaya diri, jangan pernah merasa bosan dalam menawarkan produk-produk ke nasabah dan mengadakan promosi-promosi serta penawaran pada calon nasabah”.

### **3. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Sebelumnya**

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan sebelumnya yaitu sama seperti strategi pemasaran yang

---

<sup>17</sup> Nona Soraya, *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).

dilakukan pada saat ini. Namun perbedaan strategi pemasaran yang sekarang dengan yang sebelumnya yaitu :

- a. Produk, dimana sekarang produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan bertambah dari produk sebelumnya. Produk yang bertambah sekarang yaitu program ketupat (tabungan smart IB) yang ditujukan kepada siswa/mahasiswa. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

“Strategi pemasaran sebelumnya sebenarnya sama dengan strategi pemasaran yang sekarang. Perbedaannya pada produk dimana sekarang ada program ketupat (tabungan smart IB) dan gebyar E-pendidikan khusus mitra yang sudah kerjasama terkait pembayaran uang kuliah/sekolah”.<sup>18</sup>

- b. *Promotion* (promosi), dimana sebelumnya Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan promosi hanya melalui radio. Seperti hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *teller* bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

“Dulu Kami melakukan promosi melalui radio tetapi sekarang Kami melakukan promosi melalui media sosial seperti di *story whatsapp, instagram, facebook*”.

#### **4. Kendala Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam Melakukan Pemasaran**

Adapun kendala Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan pemasaran yaitu :

---

<sup>18</sup> Zul Bahri Lumban Tobing, Pemimpin Seksi pembiayaan/Pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 5 Desember 2023).

- a. Minat menabung masyarakat Kota Padangsidimpuan yang kurang tinggi.

Seperti hasil wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *teller* Bank

Sumut KC Syariah padangsidimpuan :

“Lokasi pemasaran di Padangsidimpuan ini termasuk sedikit karena Padangsidimpuan bukan termasuk kota industri. Dan jika dibandingkan tingkat penghasilan masyarakat dengan banyaknya perbankan di Padangsidimpuan ini, sebenarnya minat menabung masyarakat Kota Padangsidimpuan ini tidak terlalu tinggi karena penghasilan masyarakat rata-rata berasal dari gaji dan hasil sektor riil, seperti perdagangan UMKM”.

- b. Kurangnya karyawan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan di

bagian *Funding Officer* (FO). Seperti hasil wawancara dengan Ibu Nona

Soraya selaku *teller* Bank Sumut KC Syariah padangsidimpuan :

“Saat ini, kami tidak mempunyai karyawan dibagian *Funding Officer* (FO). Selama ini, *Account Officer* (AO) merangkap sebagai FO untuk memenuhi target DPK. Harapannya itu nanti bisa ditambah”.<sup>19</sup>

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank**

###### **Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Saat ini**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan sudah menjalankan strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga sesuai dengan perspektif teori. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya dana pihak ketiga dari 2 tahun terakhir yaitu 2021 dan 2022. Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan yaitu dengan melakukan 3in (telponin, suratin dan

---

<sup>19</sup> Nona Soraya, *Teller* Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).

kunjungin) dimana sebelum melakukan kunjungan tersebut dilakukan pemetaan terlebih dahulu agar mengetahui lokasi yang akan dituju dan melakukan penjadwalan agar mengetahui siapa yang bertugas dalam melakukan pemasaran.

Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan memiliki target dalam menentukan lokasi dan nasabah, dimana target Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan yaitu Mahasiswa, Siswa/i, PPPK, PNS, Mesjid, Rumah Sakit dan lainnya. Harga produk atau bagi hasil di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan saat ini juga terjangkau sehingga nasabah tertarik dalam melakukan penghimpunan dana di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

Dimana lokasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan berada di Pusat Kota dan berdekatan dengan pasar sehingga mudah dijangkau nasabah. Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan juga melakukan promosi (*telemarketing*) melalui *handphone* dengan melakukan periklanan di media sosial seperti *instagram*, *facebook* dan *story whatsapp* sehingga mudah dilihat oleh nasabah.

Namun pada tahun 2020 jumlah dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan menurun. Hal ini dikarenakan adanya COVID-19 yang merupakan buruknya kondisi global. Seperti hasil wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin seksi pembiayaan/pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan :

“Menurunnya data di tahun 2020 itu memang terjadi karena kondisi global dimana terjadinya COVID-19 sehingga orang tidak bisa berinvestasi”.<sup>20</sup>

## **2. Strategi Pemasaran dalam Menentukan dan Mencapai Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah padangsidimpuan**

Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan melakukan penyusunan dalam menentukan target yaitu menyusun RKAT (Rencana Kerja dan Anggaran tahunan) di awal tahun. Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan akan melakukan penutupan buku di akhir tahun dalam setahun, kemudian akan dilakukan perhitungan terhadap jumlah dana pihak ketiga yang dicapai dalam setahun.

Dari RKAT yang telah disusun itulah kemudian dikonfirmasi ke Kantor pusat sehingga Kantor pusat akan menentukan target dan di *share* ke bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan. Tolak ukur dalam menentukan target di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan bukan hanya melalui angka tetapi dari segi perekonomian masyarakat Padangsidimpuan. Karena jika perekonomian masyarakat padangsidimpuan menurun, maka penghimpunan dana masyarakat ke Bank juga akan berkurang.

Hal ini dapat dilihat dari menurunnya target yang dicapai dari tahun 2019-2022. Kendala yang dialami Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan yaitu minat menabung masyarakat Padangsidimpuan yang tidak terlalu tinggi dan kurangnya karyawan Bank Sumut KC Syariah padangsidimpuan yang hanya memiliki satu *marketing funding*.

---

<sup>20</sup> Zul Bahri Lumban Tobing, Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 5 Desember 2023).

Berdasarkan hasil penelitian Rani Liana Ardiyantidijelaskan bahwa salah satu strategi yang dilakukan agar tercapainya kegiatan pemasarandengan meningkatkan kualitas Sumber daya Manusia (SDM) Yaitu orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan memengaruhi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan-pelanggan yang lain dalam lingkungan pelayanan.<sup>21</sup> Sedangkan berdasarkan hasil penelitian bahwa Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan hanya memiliki satu *marketing funding* sehingga pemasaran yang dilakukan kurang optimal.

Menurut peneliti, berdasarkan analisis yang dilakukan melalui kajian pustaka yang relevan diatas bahwa terdapat ketidaksinkronan antara perspektif teori dengan apa yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan yaitu pelayanan aktif dalam melakukan pemasaran.

### **3. Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Sebelumnya**

Berdasarkan hasil penelitian, telah dijelaskan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan sebelumnya sama dengan strategi pemasaran yang dilakukan pada saat ini. Namun perbedaannya terdapat pada produk, dimana pada saat ini ada penambahan produk yaitu program ketupat (tabungan smart IB) yang ditujukan untuk siswa/mahasiswa. Kemudian promosi yang berbeda dengan sebelumnya, dimana sebelumnya Bank Sumut KC Syariah

---

<sup>21</sup>Rani Liana Ardiyanti, "Analisis Strategi Marketing Dalam Pencapaian Target Menghimpun dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Bandar Jaya", hlm. 62.

Padangsidimpuan melakukan promosi hanya melalui radio sedangkan strategi promosi pada saat ini melalui brosur dan media sosial.

Setelah Bank Sumut KC syariah padangsidimpuan melakukan strategi tersendiri dengan penambahan produk serta melakukan promosi dengan media yang lebih *update*, masyarakat Padangsidimpuan pun tertarik dan dana pihak ketiga bisa meningkat. Namun dengan adanya kendala yang di alami, Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan harus lebih mampu menarik minat menabung masyarakat.

#### **E. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Namun penelitian dengan hasil yang sempurna masih sangat sulit untuk didapatkan karena masih terdapat berbagai keterbatasan yang diperoleh dari hasil penelitian. Di antara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melakukan penelitian ini, yaitu :

1. Data yang dihasilkan hanya dari instrumen wawancara yang didasarkan pada pemahaman jawaban informan, sehingga kesimpulan yang diambil hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara.
2. Objek penelitian hanya difokuskan pada strategi pemasaran dan dana pihak ketiga Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan.
3. Untuk melakukan wawancara dengan karyawan harus menunggu panggilan dari Bank dikarenakan pekerjaan karyawan yang tidak bisa ditinggalkan serta wawancara dengannasabah harus ditentukan oleh pihak Bank.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini berjudul strategi pemasaran dalam meningkatkan dana pihak ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam meningkatkan dana pihak ketiga saat ini yaitu dengan menggunakan *marketing mix* dan 3in (telponin, suratin dan kunjungin) serta melakukan pemetaan (*mapping*) dan penjadwalan sebelum melakukan kunjungan.
2. Strategi tersendiri yang dilakukan bank Sumut KC Syariah padangsidempuan dalam mencapai target yaitu tetap percaya diri, jangan bosan dalam melakukan penawaran produk serta mengadakan promosi-promosi sertapenawaranpadacalonnasabah.
3. Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan sebelumnya hampir sama dengan strategi pemasaran yang dilakukan pada saat ini. Namun yang menjadi perbedaannya yaitu pada produk dan promosi. Dimana produk sekarang bertambah dengan adanya program ketupat (tabungan smart IB) dan promosi sekarang melalui media sosial.

## **B. Saran**

Sebagai akhir dari penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran, yaitu :

1. Kepada pihak Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan agar lebih meningkatkan promosi dan pemasarannya dalam menarik minat menabung masyarakat, menambah karyawan bagian *marketing funding* sertamemperluas akses layanan dalam melakukan penyimpanan ketika masyarakat tidak dapat hadir ke Bank Sumut KC Syariah padangsidempuan.
2. Kepada masyarakat Padangsidempuan agar lebih memahami literasi keuangan syariah dan dalam menabung lebih ditingkatkan sehingga merasakan manfaatnya dikemudian hari.
3. Kepada peneliti selanjutnya agar dapat lebih memberikan *insigth* kepada masyarakat yang belum banyak mengetahui tentang Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- 'Ainulyaqin, Muhammad Hamdan. "Analisis Peranan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dan Dana Pihak Ketiga : Studi Pada PT. BPRS Harta Insan Karimah Cikarang," *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, Vol. 3, No. 1 (2021).
- Al-Arif, M. Nur. Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabet, 2012).
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bojong: CV jejak, 2018).
- Anggreani, Eka Agus. "Evaluasi Pemasaran Produk Bank Syariah," Bengkulu : 2020.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah : Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2021).
- Ardiyanti, Rani Liana. "Analisis Strategi Marketing Dalam Pencapaian Target Menghimpun dana Pihak Ketiga di BRI Syariah KCP Bandar Jaya" (Skripsi, IAIN Metro, 2019).
- Arianto. *Komunikasi Pemasaran : Konsep dan Aplikasi di Era Digital* (Airlangga University Press, 2021).
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama, 2017).
- \_\_\_\_\_. *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Pranadamedia Group, 2018).
- Dahlan, Ahmad. *Bank Syariah : Teori Praktik Kririk, cet.1* (Yogyakarta: Teras, 2012).
- Darsana, I Made, dkk., *Strategi Pemasaran* (Kabupaten Bandung, Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2023).
- Erliza, Marlia. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga Pada PT. BPRS Baiturrahman Keutapang" (Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).
- Fahmi, Irham. *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015).

- Fauzi, Muchammad. *Manajemen Strategi, cet. I* (Semarang: CV. Karya Abadi Jaya, 2015).
- Hafni. Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).
- Herawati, Iis Dewi dan Ronal Marbun, “Analisis Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Sumber Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Mandiri”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Akuntansi*, Vol. 2, No. 2 (Agustus 2022).
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012).
- [Http://www.ekonomisyariah.org](http://www.ekonomisyariah.org) akses pada hari kamis, 17 September 2015.
- Husaini, Muhammad dan Ita Ariyani, “Pengaruh Pemasaran Produk Syariah Terhadap Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada Bank syariah Indonesia Bojonegoro,” *Jurnal of Islamic Economics and Finance*, Vol.1, No. 2 (t.t.), Desember 2022.
- Isa, Muhammad. “Gambaran Umum Pemasaran Produk dan jasa Perbankan syariah”, *Al-Masharif : Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Jilid 7, No.10 (2016).
- Ismail. *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, t.t.), 2011.
- Jaelani. Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 12 Oktober 2023).
- Kasmir. *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2012).
- Khairunnisa, Atika dan Romi Susanto, “Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Nagari Cabang Painan,” t.t.
- Laporan Data dan Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan tahun 2019-2022.
- Limakrisna, Nandan dan Wilhemus Herry Susilo, *Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam Bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).
- Lumban Tobing, Zul Bahri. Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran, *Wawancara*, (Padangsidimpuan, 5 Desember 2023).
- Manap, Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016).
- Melania, Neta. “Pelaksanaan Motivasi Dalam Pencapaian Target Kredit di BRI Unit Tamansari Bandung,” <http://repository.unpas.ac.id/28823/>, 26 Desember 2018.

- Muhammad. *Manajemen Sumber Dana Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).
- Pagappong, Yandry. “Peningkatan Disiplin Kerja Pegawai Pada Kantor kelurahan Harapan Baru Kec. Loa Jalan Ilir Samarinda Seberang,” *Jurnal Ilmu pemerintahan*, 26 Maret 2015.
- Pratama, Eiril. Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).
- QS. An-Nisa (4) : 29.
- Riyadi, Selamat. *Banking Assets and Liability Management* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, t.t.), 2016.
- Safitri, Sonya. AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2011).
- Sodani. Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).
- Soraya, Nona. *Teller Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan*, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 14 Juni 2023).
- \_\_\_\_\_. *Teller Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan*, *Wawancara*, (Padangsidempuan, 12 Oktober 2023).
- Tahir, Hardiyanti, Zainal Said, dan Marhani. “Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank BNI Syariah Parepare”, *Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 (November 2021).
- Tasruddin, Ramsiah. “Strategi Pemasaran Periklanan Yang Efektif”, *Jurnal Al-Khitabah*, Vol.II, No.1 (Desember 2015).
- Wangawidjaja Z, A. *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012).
- Wijaya, Tony. *Metode Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, t.t.), 2013.
- Wirnyaningsih, dkk, *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005).

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### I. DATA PRIBADI

1. Nama : MITA SARI SIMBOLON
2. NIM : 19 401 00198
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/Tanggal Lahir : Kotanopan/ 08 Januari 2001
5. Anak ke : 5 dari 6 bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Status : Mahasiswa
8. Agama : Islam
9. Alamat Lengkap : Aek Manyuruk, Simpang Gambir Kecamatan  
Lingga Bayu Kabupaten Mandailing Natal
10. Telp. HP : 0821-9734-9597
11. E-mail : [mytasarysimbolon@gmail.com](mailto:mytasarysimbolon@gmail.com)

### II. DATA ORANG TUA

1. Ayah
  - a. Nama : Suleman Simbolon
  - b. Pekerjaan : Supir
  - c. Alamat : Aek Manyuruk, Simpang Gambir Kecamatan  
Lingga Bayu Kabupaten Mandailing Natal
  - d. Telp.HP : 0821-6367-9068
2. Ibu
  - a. Nama : Tiamnah, S.Pd
  - b. Pekerjaan : Guru (PNS)
  - c. Alamat : Aek Manyuruk, Simpang Gambir Kecamatan  
Lingga Bayu Kabupaten Mandailing Natal
  - d. Telp.HP : 0852-7052-4977

### **III. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SDN 293 Aek Manyuruk Tamat Tahun 2013
2. MTsN 6 Simpang Gambir Tamat Tahun 2016
3. MAN 4 Mandailing Natal Tamat Tahun 2019
4. S.1 UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tamat Tahun 2023

### **VI. ORGANISASI**

1. IMMAN (Ikatan Mahasiswa Mandailing Natal) Padangsidempuan

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA DI BANK SUMUT KC SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

**Narasumber : Zul Bahri Lumban Tobing**  
**Jabatan : Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran Bank Sumut KC**  
**Syariah Padangsidimpuan**

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dalam meningkatkan dana pihak ketiga saat ini?
2. Bagaimana harga produk / bagi hasil dana pihak ketiga yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?
3. Bagaimana proses Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dalam melakukan pemasaran?
4. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan sebelumnya?
5. Apakah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Mempunyai strategi tersendiri dalam menentukan dan mencapai target?

Diketahui Oleh,  
Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran  
Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan



**Zul Bahri Lumban Tobing**  
**NPP. 2671.190287.01011**

## PEDOMAN WAWANCARA

**Narasumber : Nona Soraya Pasaribu**

**Jabatan : Teller Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan**

1. Siapa saja yang terlibat aktif dalam melakukan pemasaran di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?
2. Apakah sebelum melakukan pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan observasi terlebih dahulu?
3. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan promosi?
4. Siapa yang terlibat dalam mendesain borsur untuk melakukan pemasaran di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam menentukan target?
6. Apa saja kendala-kendala Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan pemasaran produk?

Diketahui Oleh,  
*Teller Bank Sumut KC Syariah*  
Padangsidempuan



**Nona Soraya Pasaribu**  
**NPP. 3522.040991.010217**

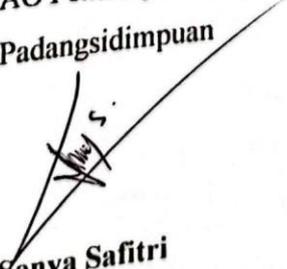
## **PEDOMAN WAWANCARA**

**Narasumber : Sonya Safitri**

**Jabatan : AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan**

1. Siapa sajakah target Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan pemasaran?
2. Apakah dalam melakukan pemasaran, Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan penjadwalan?

Diketahui Oleh,  
AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan

  
Sonya Safitri

NPP. 2965.280687.010413

## **PEDOMAN WAWANCARA**

### **Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan**

**Narasumber : Nasabah**

1. Sudah berapa lama Bapak/Ibu menggunakan produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?
2. Darimana Bapak/Ibu mengenal produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?
3. Apakah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan pernah melakukan pemasaran ke lokasi Bapak/Ibu?
4. Produk apa yang Bapak/Ibu gunakan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?
5. Bagaimana menurut Bapak/Ibu harga produk yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?
6. Apakah menurut Bapak/Ibu lokasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan mudah dijangkau/ditemukan?
7. Apakah Bapak/Ibu pernah melihat iklan produk dari Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

## HASIL WAWANCARA

### STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DANA PIHAK KETIGA DI BANK SUMUT KC SYARIAH PADANGSIDIMPUAN

**Narasumber : Zul Bahri Lumban Tobing**

**Jabatan : Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran Bank Sumut KC  
Syariah Padangsidimpun**

1. **Peneliti** : Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun dalam meningkatkan dana pihak ketiga saat ini?

**Responden** : Strategi pemasaran di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun sebenarnya sama seperti bank lain. Namun ada beberapa cara tersendiri yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun yaitu 3in (telponin, suratin dan kunjungin). Kemudian menyentuh hati calon nasabah.

2. **Peneliti** : Bagaimana harga produk / bagi hasil dana pihak ketiga yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun?

**Responden** : Harga produk yang dimaksud adalah bagi hasil. Bagi hasil itu berbeda tiap bulannya tergantung dari pendapatan bank itu sendiri. Bagi hasil di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun yaitu giro setara dengan 1,2% pertahun, tabungan 1,2%. Tetapi ada beberapa jenis tabungan yang berbeda karena tergantung besar dananya. Sedangkan deposito ada jangka waktu yaitu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan. Sehingga bagi hasilnya tergantung dengan jangka waktunya. Untuk deposito jangka waktu 1 dan 3 bulan itu 2,87%, untuk 6 bulan 3,06% dan untuk 12 bulan 3,32%. Tetapi bagi hasil deposito juga bisa berubah, tergantung dengan pendapatannya.

3. **Peneliti** : Bagaimana proses Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun dalam melakukan pemasaran?

**Responden** : Proses pemasaran di Bank Sumut KC Syariah

Padangsidimpuan yaitu menentukan prospeknya (target) dulu siapa. Setelah mengetahui prospek kemudian mulai dari 3in tadi (telponin, suratin dan kunjungin).

4. **Peneliti** : Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan sebelumnya?

**Responden** : Strategi pemasaran di bank Sumut KC Syariah

Padangsidimpuan sama dengan strategi pemasaran yang sekarang. Perbedaannya pada produk dimana sekarang ada program ketupat (tabungan smart IB) dan gebyar E-pendidikan khusus mitra yang sudah bekerja sama terkait pembayaran uang kuliah/sekolah.

5. **Peneliti** : Apakah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan Mempunyai strategi tersendiri dalam menentukan dan mencapai target?

**Responden** : Target di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan di *share* dari Kantor pusat. Dimana sebelumnya mengkonfirmasi hasil tahunan ke kantor pusat kemudian Kantor pusat akan menentukan targetnya. Adapun strategi tersendiri Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan agar mencapai target yaitu menetapkan percaya diri, jangan pernah merasa bosan dalam menawarkan produk-produk ke nasabah dan mengadakan promosi-promosi serta penawaran untuk calon nasabah.

Diketahui Oleh,

Pemimpin Seksi Pembiayaan/Pemasaran  
Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan

**Zul Bahri Lumban Tobing**

**NPP. 2671.190287.01011**

## HASIL WAWANCARA

**Narasumber : Nona Soraya Pasaribu**

**Jabatan : Teller Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan**

1. **Peneliti** : Siapa saja yang terlibat aktif dalam melakukan pemasaran di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?

**Responden** : Semua karyawan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan adalah *marketing funding*. Dimana *Teller* dan *customer service* melakukan pemasaran dengan *cross selling* sedangkan bagian pemasaran mereka terjun langsung ke lapangan. Bagian *marketing* pembiayaan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan juga berfungsi sebagai *marketing funding*. Selain mereka melakukan analisis pembiayaan, mereka juga memasarkan produk-produk dana pihak ketiga.

2. **Peneliti** : Apakah sebelum melakukan pemasaran Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan melakukan observasi terlebih dahulu?

**Responden** : Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan melakukan observasi terlebih dahulu. Kemudian sebelum melakukan pemasaran, Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan melakukan *mapping* (pemetaan) terlebih dahulu agar mengetahui segmentasi pasar Kami itu apa. Sementara segmentasi pasar Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan saat ini yaitu ke Kampus, Pemerintahan, Masjid.

3. **Peneliti** : Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan promosi?
- Responden** : Dulu bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan promosi melalui radio, tetapi sekarang bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan promosi melalui media sosial seperti *instagram, facebook, story whatsapp*.
4. **Peneliti** : Siapa yang terlibat dalam mendesain brosur untuk melakukan pemasaran di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?
- Responden** : Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan pemasaran melalui media sosial, tetapi yang mendesain spanduk, brosur dan iklan tersebut didesain langsung oleh sekretaris perusahaan karena Kantor Cabang tidak punya wewenang dalam mendesain. Sekretasi perusahaan berkordinasi dengan Divisi umum, dimana bagian Divisi umum bagian yang mencetak brosur dan spanduk.
5. **Peneliti** : Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam menentukan target?
- Responden** : Setiap perbankan pasti memiliki target. Kalau di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan, di awal tahun ada RKAT (Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan) yaitu di akhir tahun akan dilakukan *close book one year*. Misalnya, setelah dilihat di akhir tahun ternyata deposito di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan hanya 30 Milyar. Dari hasil tersebut akan ditentukan, terjadi kenaikan atau penurunan.

6. **Peneliti** : Apa saja kendala-kendala Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dalam melakukan pemasaran produk?
- Responden** : Kendala di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dari eksternal yaitu dimana lokasi pemasaran di Padangsidimpuan ini termasuk sedikit. Jika dibandingkan tingkat penghasilan masyarakat dengan banyaknya perusahaan di Padangsidimpuan ini, sebenarnya minat menabung masyarakat Kota Padangsidimpuan ini tidak terlalu tinggi. Sedangkan kendala dari internal yaitu kami kekurangan karyawan dibagian *marketing funding*, karena Kami masih mempunyai satu orang. Harapannya itu nanti bisa ditambah.

Diketahui Oleh,  
*Teller* Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidimpuan

**Nona Soraya Pasaribu**  
**NPP. 3522.040991.010217**

## HASIL WAWANCARA

**Narasumber : Sonya Safitri**

**Jabatan : AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan**

- 1. Peneliti** : Siapa sajakah target Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan dalam melakukan pemasaran?

**Responden** : Saat ini bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan fokus ke ASN yaitu PNS, PPPK karena gaji ASN berada di Bank Sumut sehingga resikonya akan rendah dan ASN diikat asuransi.
- 2. Peneliti** : Apakah dalam melakukan pemasaran, Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan penjadwalan?

**Responden** : Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan penjadwalan setiap hari karena ada laporan setiap harinya. Bank Sumut KC syariah Padangsidempuan ada *geogle form* yang *connect* ke kantor pusat sehingga setiap hari harus melaporkan kemana tujuannya dan bagaimana hasilnya.

Diketahui Oleh,  
AO Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan

**Sonya Safitri**  
**NPP. 2965.280687.010413**

## HASIL WAWANCARA

### Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan

**Narasumber : Bapak Jaelani selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan**

**1. Peneliti** : Sudah berapa lama Bapak menggunakan produk Bank Sumut  
KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Sekitar 10 tahun”

**2. Peneliti** : Darimana Bapak mengenal produk Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan?

**Responden:** “Sebelumnya Saya sudah tahu lebih awal karena saya Pedagang  
di Pasar yang didepan Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan ini, tetapi Saya belum menggunakannya.  
Kemudian ada teman yang menjelaskan kepada Saya tentang  
Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan ini sehingga Saya  
pun tertarik untuk melakukan penyimpanan di Bank Sumut KC  
Syariah Padangsidempuan ini”

**3. Peneliti** : Apakah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan pernah  
melakukan pemasaran ke lokasi Bapak?

**Responden:** “Pernah, apalagi kalau Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan lagi ada promosi”

**4. Peneliti** : Produk apa yang Bapak gunakan di Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan?

**Responden:** “Tabungan dan Deposito”

**5. Peneliti** : Bagaimana menurut Bapak harga/bagi hasil produk yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Kalau dibandingkan dengan Bank lain menurut Saya lebih enak disini dan bagi hasilnya juga lebih besar”

**6. Peneliti** : Apakah menurut Bapak lokasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan mudah dijangkau/ditemukan?

**Responden:** “Menurut Saya Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan termasuk lokasi yang mudah dijangkau, karena lokasinya berada di Pusat kota dan berdekatan dengan pasar”

**7. Peneliti** : Apakah Bapak pernah melihat iklan produk dari Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Kalau Saya belum pernah melihat tapi teman Saya pernah melihatnya, oleh karena itu teman Saya mengajak Saya untuk menyimpan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan ini”

## HASIL WAWANCARA

**Narasumber : Ibu Hanifah selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan**

**1. Peneliti** : Sudah berapa lama Ibu menggunakan produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?

**Responden:** “Sekitar 7 tahun”

**2. Peneliti** : Darimana Ibu mengenal produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?

**Responden:** “ Saya tahu sendiri karena Saya melihat Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan dan Alhamdulillah amanah”

**3. Peneliti** : Apakah Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan pernah melakukan pemasaran ke lokasi Ibu?

**Responden:** “iyah, pernah. Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan pernah melakukan pemasaran produk tabungan untuk anak TK di sekolah Saya sehingga uang anak didik Saya yang ingin ditabungkan diberikan kepada Saya kemudian Saya simpan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan ini”

**4. Peneliti** : Produk apa yang Ibu gunakan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?

**Responden:** “Tabungan dan Deposito”

**5. Peneliti** : Bagaimana menurut Ibu harga/bagi hasil produk yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan?

**Responden:** “Saya tidak memikirkan tentang harga/bagi hasil karna yang terpenting bagi saya uang saya aman dan Alhamdulillah sejauh ini Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan masih aman.”

**6. Peneliti** : Apakah menurut Ibu lokasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan mudah dijangkau/ditemukan?

**Responden:** “Iyah, lokasinya strategis dan mudah dijangkau. Oleh karena itu Saya lebih memilih menyimpan disini”

**7. Peneliti** : Apakah Ibu pernah melihat iklan produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Tidak, karna jika Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan lagi ada promosi pasti datang ke sekolah saya”

## HASIL WAWANCARA

**Narasumber : Ibu Elisabet selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan**

**1. Peneliti** : Sudah berapa lama Ibu menggunakan produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Sekitar 10 tahun”

**2. Peneliti** : Darimana Ibu mengenal produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Saya tahu dari teman dan teman Saya juga yang mengajak saya untuk melakukan penyimpanan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan ini”

**3. Peneliti** : Apakah Ibu pernah melihat Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan pemasaran?

**Responden:** “Iya, pernah. Ketika Saya bertransaksi disini kemudian pihak Bank mempromosikan produk barunya”

**4. Peneliti** : Produk apa yang Ibu gunakan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Tabungan dan Giro”

**5. Peneliti** : Bagaimana menurut Ibu harga/bagi hasil produk yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Untuk bagi hasil sesuai”

**6. Peneliti** : Apakah menurut Ibu lokasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan mudah dijangkau/ditemukan?

**Responden:** “Karena inilah Bank yang terdekat dan mudah dijangkau, oleh karena itu Saya lebih memilih melakukan penyimpanan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan”

**7. Peneliti** : Apakah Ibu pernah melihat iklan produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Iya pernah, disaat saya melakukan transaksi kemudian Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan melakukan promosi ke nasabah-nasabah”

## HASIL WAWANCARA

**Narasumber : Eril Pratama Daulay selaku Nasabah Bank Sumut KC  
Syariah Padangsidimpuan**

**1. Peneliti** : Sudah berapa lama Saudara menggunakan produk Bank Sumut  
KC Syariah Padangsidimpuan?

**Responden:** “2 tahun”

**2. Peneliti** : Darimana Saudara mengenal produk Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidimpuan?

**Responden:** “Saya tahu dari Orang tua dan Orang tua Saya juga menabung  
di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan ini”

**3. Peneliti** : Apakah Saudara Pernah melihat Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidimpuan melakukan pemasaran/periklanan produknya?

**Responden:** “iya, pernah. Saya pernah melihat iklan Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidimpuan di media sosial dan pamflet”

**4. Peneliti** : Produk apa yang Saudara gunakan di Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidimpuan?

**Responden:** “Tabungan”

**5. Peneliti** : Apakah menurut saudara lokasi Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidimpuan mudah dijangkau/ditemukan?

**Responden:** “Iya, lokasinya strategis dan mudah dijangkau”

## HASIL WAWANCARA

**Narasumber : Ibu Sodani selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan**

**1. Peneliti** : Sudah berapa lama Ibu menggunakan produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Alhamdulillah sudah lama, dari awal adanya Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan. Bahkan saya Haji dari Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan ini di Tahun 2009”

**2. Peneliti** : Darimana Ibu mengenal produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Saya tahu dari teman Saya”

**3. Peneliti** : Apakah Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan pernah melakukan pemasaran ke lokasi Ibu?

**Responden:** “iya, pernah. Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan pernah melakukan pemasaran produk tabungan untuk anak sekolah di sekolah Saya”

**4. Peneliti** : Produk apa yang Ibu gunakan di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Dulu saya pernah menggunakan Deposito tapi karna sekarang sudah selesai. Jadi Saya hanya menggunakan tabungan”

**5. Peneliti** : Bagaimana menurut Ibu harga/bagi hasil produk yang ada di Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Alhamdulillah bagi hasilnya sesuai dan bagus”

**6. Peneliti** : Apakah menurut Ibu lokasi Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan mudah dijangkau/ditemukan?

**Responden:** “Alhamdulillah lokasinya strategis dan mudah dijangkau”

**7. Peneliti** : Apakah Ibu Pernah melihat iklan produk Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan?

**Responden:** “Pernah. Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan mempromosikan ke nasabah-nasabah, apalagi ketika lagi ada promosi produk”

**8. Peneliti** : Menurut Ibu, apa yang perlu di tingkatkan dari Bank Sumut KC Syariah padangsidempuan?

**Responden:** “Yang perlu ditingkatkan dari Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan yaitu untuk memperbanyak hadiah dan lebih ditingkatkan dalam menarik minat nasabah. Untuk pelayanan Bank Sumut KC Syariah padangsidempuan sangat bagus dan ramah”

**Data Realisasi dan Target Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC  
Syariah Padangsidempuan 2019 – 2022 (Milyar)**

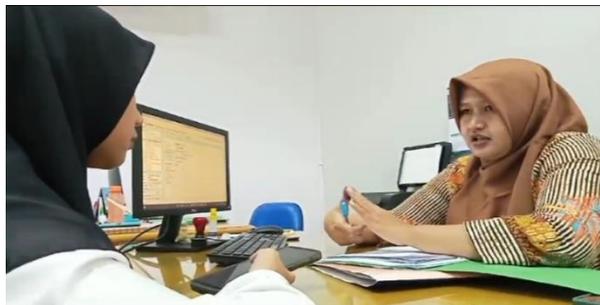
<b>Tahun</b>	<b>Dana Pihak Ketiga (DPK)</b>	<b>Target</b>
2019	147.513.076.121,00	237.227.539.000,00
2020	112.759.617.123,00	159.488.379.982,00
2021	125.364.452.947,00	123.211.452.000,00
2022	138.770.432.525,00	130.391.376.000,00

*Sumber : PT. Bank Sumut KC Syariah Padangsidempuan*

**DOKUMENTASI PENELITIAN DENGAN KARYAWAN BANK SUMUT KC  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**



**Wawancara dengan Bapak Zul Bahri Lumban Tobing selaku Pemimpin  
Seksi Pembiayaan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan**



**Wawancara dengan Ibu Sonya Safitri selaku AO Pembiayaan Bank Sumut  
KC Syariah Padangsidimpuan**



**Wawancara dengan Ibu Nona Soraya selaku *Teller* Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidimpuan**

**DOKUMENTASI PENELITIAN DENGAN NASABAH BANK SUMUT KC  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**



**Wawancara dengan Bapak Jaelani Selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan**



**Wawancara dengan Ibu Hafni Selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan**



**Wawancara dengan Ibu Elisabet Selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan**



**Wawancara dengan Saudara Eril Pratama Daulay Selaku Nasabah Bank  
Sumut KC Syariah Padangsidempuan**



**Wawancara dengan Ibu Sodani Selaku Nasabah Bank Sumut KC Syariah  
Padangsidempuan**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22060 Faximili (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 3161 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/12/2022 ..... 20 Desember 2022  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Yth. Bapak/Ibu;

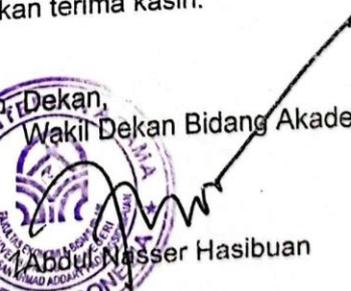
1. Aswadi Lubis : Pembimbing I
2. Ihdi Aini : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Mita Sari Simbolon  
NIM : 1940100198  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Dr. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan  


Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 3897 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2023 ..... 05 Juli 2023  
Hal : **Mohon Izin Riset**

**Yth. Pimpinan Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun menerangkan bahwa:

Nama : Mita Sari Simbolon  
NIM : 1940100198  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Dana Pihak Ketiga di Bank Sumut KC Syariah Padangsidimpun".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
dan Kelembagaan  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KOR CABANG SYARIAH :

Padangsidimpuan

**SUMUT**  
Memberikan Pelayanan Terbaik

Nomor : 404/KCSy02-Ops/L/2023  
Lampiran : -

**KANTOR PUSAT**

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan  
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100  
Facsimile : (061) 414 2937 - 451 2652

P. Sidimpuan, 09 November 2023

Kepada Yth,  
Wakil Dekan Bidang Akademik,  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Jl. Tengku Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang  
Di-  
Padangsidimpuan

**Hal : Keterangan izin Riset**

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan surat Bapak No. 3897/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2023 tanggal 05 Juli 2023 perihal **Mohon Izin Riset**, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

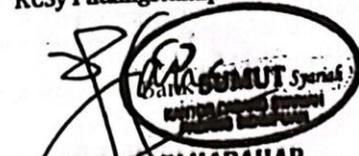
1. Permohonan Izin Riset atas nama Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan dengan data data dibawah ini :
  - a. Nama : Mita Sari Simbolon
  - b. NIM : 1940100198
  - c. Semester : VIII (Delapan)
  - d. Jurusan : Perbankan Syariah
  - e. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk melaksanakan riset di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama Riset, mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan serta menjaga rahasia Bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank SUMUT dilingkungannya.
3. Setelah mahasiswa selesai dalam penulisan Skripsi, Mahasiswa tersebut diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,  
PT. Bank SUMUT  
KCSy Padangsidimpuan

  
**AFFAN AZHARI HARAHAHAP**  
Pls. Pemimpin Seksi Operasional

CC : - Pertiinggal