

**BAURAN PEMASARAN TABUNGAN IB MARTABE
WADIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG
SYARIAH SIBOLGA**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**RIKA SURYANDARI PANGGABEAN
NIM. 19 401 00195**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2024

**BAURAN PEMASARAN TABUNGAN IB MARTABE
WADIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG
SYARIAH SIBOLGA**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**RIKA SURYANDARI PANGGABEAN
NIM. 19 401 00195**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2024

**BAURAN PEMASARAN TABUNGAN IB MARTABE
WADIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG
SYARIAH SIBOLGA**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**RIKA SURYANDARI PANGGABEAN
NIM. 19 401 00195**

PEMBIMBING I



**Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003**

PEMBIMBING II



**M. Fauzan, M.E.I
NIP. 19890404 202012 1 009**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **RIKA SURYANDARI PANGGABEAN**

Padangsidempuan, 12 September 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Universitas Islam Negeri Syekh
Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **RIKA SURYANDARI PANGGABEAN** yang berjudul "**Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga**", maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003

PEMBIMBING II



M. Fauzan, M.E.I.
NIP. 198904040 202012 1 009

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : RIKA SURYANDARI PANGGABEAN
NIM : 19 401 00195
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Bauran Pemasaran Tabungan Ib Martabe *Wadiah* Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

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 IAIN Padangsidempuan 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 IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 12 September 2023

Saya yang Menyatakan,



RIKA SURYANDARI PANGGABEAN
NIM. 19 401 00195

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RIKA SURYANDARI PANGGABEAN
NIM : 19 401 00195
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe *Wadiah* Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.” Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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 peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 12 september 2022
Yang menyatakan,



YANDARI PANGGABEAN
NIM. 19 401 00195



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Rika Suryandari Panggbean
NIM : 19 401 00195
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe *Wadiah* Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Ketua

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Nofinawati, SEI., M.A
NIDN. 2016118202

Anggota

Dra. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Nofinawati, SEI., M.A
NIDN. 2016118202

Dr. Rosnani Siregar, M. Ag
NIDN. 2026067402

M. Fauzan, M.E.I
NIDN. 0104048904

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Rabu/24 Januari 2024
Pukul : 10.30 WIB s.d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 83,0 (A)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,69
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARYPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI :Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Di
PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga
NAMA : rika suryandari panggabean
NIM : 19 401 00195

Telah dapat diterima untuk memenuhi
Syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 28 Februari 2024
Dekan,



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1015

ABSTRAK

NAMA : Rika SuryandariPanggabean.
NIM : 19 401 00195
JUDUL SKRIPSI : Bauran Pemasaran Tabungan IB MartabeWadiah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

Bauran pemasaran merupakan langkah yang dapat dilakukan oleh suatu bank dalam meningkatkan pemasaran produk dan jasanya. Tabungan IB MartabeWadiah merupakan salah satu produk dan jasa yang dapat diambil kapanpun oleh nasabah tanpa agunan pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Penurunan jumlah nasabah dari tahun 2021-2023 tabungan IB Martabe *wadiah* disebabkan pengaplikasian bauran pemasaran yang belum optimal sehingga banyak nasabah PT. Bank SumutCabangSyariahSibolga tidak menggunakan tabungan ib martabe *wadiah*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bauran pemasaran produk Tabungan IB Martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori-teori tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diantaranya adalah produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik, dan teori-teori terkait tabungan wadiah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati. Teknik pengumpulan datanya adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik menjamin keabsahan data dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, dan triangulasi. Teknik analisis datanya adalah mencari dan menyusun secara sistematis data hasil wawancara dan bahan-bahan lain sehingga mudah di pahami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dengan menggunakan *marketing mix 7P* belum optimal dilakukan. Dimana strategi promosi yang dilakukan dengan membagikan brosur dan memasang spanduk belum secara merata dilakukan serta belum menggunakan media sosial resmi milik cabang. Kemudian strategi bukti fisik (*physical evidence*) yaitu mesin ATM yang sering kali mengalami kerusakan. Dari segi produk, nasabah lebih tertarik dengan produk yang menggunakan bagi hasil dibandingkan dengan bonus. Strategi *place* (tempat), sangat strategis karena letaknya yang berada dipusat kota dan dekat dengan pasar serta dekat dengan perkantoran dan terminal. Strategi harga sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Strategi *people* (orang), dalam melayani nasabah, karyawan bank bersikap sopan, ramah dan memberikan pelayanan yang terbaik. Strategi proses yaitu dalam setiap transaksi yang dilakukan sudah memberikan kenyamanan, tetapi disaat nasabah terlalu banyak maka disitulah pelayanan karyawan terlalu lama terhadap nasabah. Jadi, disini pihak bank seharusnya menambah karyawan untuk mengatasi masalah tersebut.

Kata kunci : bauran pemasaran, tabungan, wadiah

ABSTRACT

NAME : Rika Suryandari Panggabean.
REG. NUMBER : 19 401 00195
THESIS TITLE : *Marketing Mix for Martabe Wadiah IB Savings at PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.*

Marketing mix is a stride that can be taken by a bank in upgrading products and services marketing. IB Martabe Wadiah Savings is one of the products and services that easily taken whenever the customers want without collateral at PT. Bank Sumut Sibolga Sharia Branch. The decline of customers at PT. Bank Sumut Sibolga Sharia Branch from 2021 to 2023 is due to the inadequate of application of a marketing mix. So that many of the customers do not use IB Martabe Wadiah savings. The purpose of this study was to determine the marketing mix of IB Martabe Wadiah Savings. The theories used in this study are theories about marketing mix which include products, prices, locations, promotions, people, processes and physical evidence, and theories related to the Wadiah savings,. This study was conducted by applying qualitative research methods that resulted descriptive data in the form of written words uttered by the respondents of this research. The data was collected through observation, interviews, and documentation. In order to validate the data, extended opt-in, persistence of observation, and triangulation techniques were applied. The data analysis technique is to systematically search and compile data from interviews and other materials so that it is easy to understand. The results showed that the marketing strategy using the 7P marketing mix was not excellent because the promotional strategy carried out by distributing brochures and installing banners was not optimal and do not promote the product through the Bank's official social media. Then the physical evidence strategy is an ATM machine that is often damaged. In terms of products, customers are more interested in products that use profit sharing compared to bonuses. Place strategy is the key because it lies in the city center and close to the market, offices and terminals. The pricing strategy is in accordance with customer needs. People strategy, in serving customers, bank employees are polite, friendly and provide the best service. The process strategy is that every transaction made has provided comfort, but when there are too many customers, that is where employee service takes too long to customers. So, here the bank should add employees to overcome the problem.

Keywords: *marketing mix, savings, wadiah*

خلاصة البحث

الاسم : ريكا سوريانداري بانغجايان.
رقم التسجيل : ١٩٤٠١٠٠١٩٥ :
موضوع البحث : المزيج التسويقي لمدخرات بنك وديعة مرتبي الإسلامي
في حزب العمال بنك سومطرة الشمالية الشرعية بسبيولجا.

المزيج التسويقي هو الخطوة التي يمكن أن يتخذها البنك لتحسين تسويق منتجاته وخدماته. يعد مدخرات بنك وديعة مرتبي الإسلامي من المنتجات والخدمات التي يمكن للعملاء الحصول عليها في أي وقت دون ضمانات في حزب عمال بنك سومطرة الشمالية الشرعية بسبيولجا. يرجع الانخفاض في عدد العملاء من ٢٠٢١ إلى ٢٠٢٣ لحساب التوفير لبنك وديعة مرتبي الإسلامي إلى تطبيق المزيج التسويقي لم يكن الأمثل لذلك العديد من عملاء حزب العمال لبنك سومطرة الشمالية الشرعية بسبيولجا لا يستخدم مدخرا بنك وديعة مرتبي الإسلامي. أما الغرض من هذا البحث هو تحديد استراتيجية التسويق لمنتجات مدخرات بنك وديعة مرتبي الإسلامي في حزب العمال لبنك سومطرة الشمالية الشرعية بسبيولجا. كانت النظرية المستخدمة في هذا البحث هي من النظريات حول استراتيجية التسويق والادخار الوديع والنظريات المتعلقة بالمزيج التسويقي الذي يشمل المنتج والسعر والموقع والترويج والأشخاص والعملية والأدلة المادية، ويستخدم هذا البحث منهج البحث النوعي وهو البحث الإجراءات التي تنتج البيانات الوصفية في شكل الكلمات المكتوبة والمنطوقة من الأشخاص والسلوك الملحوظ. وأما تقنية جمع البيانات هي الملاحظة والمقابلة والتوثيق. تضمن هذه التقنية صحة البيانات من خلال توسيع نطاق المشاركة، واستمرار الملاحظة، والتثليث. وتمثل تقنية تحليل البيانات في هذا البحث بالشكل المنهجي عن البيانات من المقابلات والمواد الأخرى وتجميعها بحيث يسهل فهمها. أظهرت نتائج البحث أن الاستراتيجية التسويقية باستخدام المزيج التسويقي ٧. لم يتم تنفيذها بالشكل الأمثل. حيث لم يتم تنفيذ الاستراتيجية الترويجية التي تم تنفيذها من خلال توزيع الكتيبات ووضع اللافتات بشكل متساو ولم يتم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الرسمية للفرع. ثم هناك استراتيجية الأدلة المادية، وهي أجهزة الصراف الآلي التي غالبا ما تتضرر. فيما يتعلق بالمنتجات، يهتم العملاء أكثر بالمنتجات التي تستخدم مشاركة الأرباح مقارنةً بالمكافآت. كانت استراتيجية المكان استراتيجية للغاية لأنه يقع في وسط المدينة وعلى مقربة من السوق وعلى مقربة من المكاتب والمحطات. واستراتيجية التسعير تتوافق مع احتياجات العملاء. واستراتيجية الأفراد، في خدمة العملاء، موظفو البنك مهذبون وودودون ويقدمون أفضل الخدمات. تتمثل استراتيجية العملية في أن كل معاملة يتم تنفيذها توفر الراحة، ولكن عندما يكون هناك عدد كبير جداً من العملاء، فذلك يعني أن خدمة الموظف تستغرق وقتاً طويلاً للعملاء. لذا، هنا يجب على البنك إضافة المزيد من الموظفين للتغلب على هذه المشكلة.

الكلمات المفتاحية: المزيج التسويقي، الادخار، الوديعة

KATA PENGANTAR



As-salāmu ‘alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Alḥamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Ṣalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madīnatul ‘ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga**” ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan 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 terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak 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, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan S.E. M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
3. Ibu Sarmiana Batubara, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan. Terimakasih kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu sehingga peneliti bisa menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).
4. Ibu Nofinawati, M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing I peneliti dan Bapak M. Fauzan, M.E.I., selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, memberikan motivasi, dukungan, bimbingan, petunjuk dan lmu pengetahuan yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar besarnya Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
7. Bapak M.Idhgam Habib, Ibu Yulisah Siregar dan seluruh karyawan yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga yang telah membantu, memberikan pengetahuan dan meluangkan waktunya untuk melakukan penelitian bagi peneliti.
8. Penghargaan istimewa dan terkhusus saya ucapkan terimakasih kepada ayahanda (Muhammad Syawal Panggabean) dan ibunda (Bunga Maria Simamora) tercinta yang hingga detik ini terus berjuang untuk memberikan yang terbaik kepada putrinya baik secara materi maupun dukungan secara moral. yang paling berjasa dalam hidup peneliti, yang mendidik dan selalu berdo'a tiada hentinya untuk kelancaran dan kemudahan hidup peneliti. yang berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan anak-anaknya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada Ayah dan Ibu tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga Firdaus-Nya, serta kepada adik-adik peneliti (Arianto Panggabean, Suci Rahma Dani Panggabean Dan Ahmad Rifai

Panggbean.) yang tiada hentinya memberikan dukungan serta do'a kepada peneliti yang sering bertanya kapan wisuda sehingga peneliti termotivasi dan lebih semangat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teruntuk sahabat-sahabat peneliti Winda Lofika (1940100179), Siti Khoiriah Harahap (1940100225) Dan Yulia Khairani Lubis, S.H. menjadi garda terdepan dan sudah menjadi saudari yang paling saya cintai dan saya sayangi, yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi, selalu bersedia menjadi tempat bercerita serta berkeluh kesah, selalu membantu dengan ikhlas, memberi dukungan dan semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teruntuk sahabat peneliti yang sama-sama berjuang Masdiana Simbolon, yang selalu mendukung apapun keinginan peneliti dan juga selalu memberikan motivasi
11. Teruntuk sahabat saya Ayu Fitria zulmi (1940100187) yang sedia memberikan jasanya kepada peneliti Ketika menyelesaikan penelitian ini.
12. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah Angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Serta teman-teman KKL Kelompok 71 desa Sosopan Angkatan 2019 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
13. Teman-teman Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. 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.

Was-salāmu 'alaykum wa-rahmatu-llāhi wa-barakātuh

Padangsidempuan, 12 September 2023
Peneliti

RIKA SURYANDARI PANGGBEAN
NIM. 19 401 00195

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	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	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
	ḍommah	U	U

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

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathahdanya	Ai	a dan i
.....و	fathahdanwau	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
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى.....	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
.....و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, 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 ا . 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 bisa 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 kapital 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 kapital 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

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
ملخص البحث	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	8
C. Batasan Istilah	8
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Mamfaat Penelitian.....	11
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Bank Syariah	13
2. Pemasaran.....	16
a. Pengertian Pemasaran.....	16
b. Konsep Pemasaran.....	19
3. Bauran Pemasaran	20
a. Produk (<i>Product</i>)	20
b. Harga (<i>Price</i>)	22
c. Tempat (<i>Place</i>)	22
d. Promosi (<i>Promotion</i>)	23

e. Orang (<i>People</i>)	25
f. Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	25
g. Proses (<i>Process</i>)	25
4. Tabungan Wadiah	26
a. Pengertian Tabungan <i>Wadiah</i>	26
b. Landasan Hukum Akad <i>Wadiah</i>	27
c. Rukun Dan Syarat <i>Al-Wadiah</i>	28
d. Macam-Macam Akad <i>Al-Wadiah</i>	29
5. Tabungan IB Martabewadiah.....	30
a. Akad Tabungan IB Martabewadiah	30
b. Keunggulan Tabungan IB Martabewadiah	30
c. Fitur Produk Tabungan IB Martabewadiah	31
d. Syarat Dan Ketentuan Tabungan IB Martabewadiah	31
B. Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
B. Jenis Penelitian.....	38
C. Unit Analisis/ Subjek Penelitian	39
D. Sumber Data	40
1. Data Primer.....	40
2. Data Sekunder.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data	40
1. Observasi	41
2. Wawancara	41
3. Dokumentasi.....	42
F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	42
1. Triangulasi Sumber.....	42
2. Triangulasi Metode.....	43
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	43
1. Reduksi Data.....	43
2. Penyajian Data.....	44
3. Penyimpulan dan Verifikasi	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga	45
B. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga	48
C. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga	49
D. Produk dan Layanan Jasa PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga	52
E. Hasil Penelitian Wawancara Bauran Pemasaran Tabungan	

IB Martabe <i>Wadiah</i> Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah	
Sibolga	57
F. Pembahasan Hasil Penelitian	66
G. Keterbatasan Penelitian.....	71
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT Hidup

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekapitulasi Nasabah yang menggunakan tabungan <i>ib martabe Wadiah</i> di PT. Bank Sumut Syariah Sibolga.....	6
Tabel I.2 Rekapitulasi Nasabah yang menggunakan tabungan <i>ib martabe mudharabah</i> di PT. Bank Sumut Syariah Sibolga	6
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Lokasi Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga	48
Gambar IV.2 Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Permohonan Surat Izin Riset
- Lampiran 4 : Balasan Persetujuan Riset
- Lampiran 5 : surat validasi abstrak
- Lampiran 6 : Brosur Tabungan IB Martabe *Wadiah*
- Lampiran 7 : Hasil dan Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi, Persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan yang sangat ketat dimana semakin banyak organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan atau keinginan konsumen atau para nasabah, Serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan pada konsumen atau nasabah.¹ Perbankan syariah pada dasarnya merupakan pengembangan dari konsep ekonomi Islam, terutama dalam bidang keuangan. Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal dengan *Islamic banking*.²

Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai salah satu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan berjalan dengan nilai moral dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Utamanya adalah yang berkaitan dengan pelarangan praktik *riba*, keinginan *maisir* (perjudian), *gharar* (ketidak jelasan) dan pelanggaran prinsip keadilan dalam transaksi serta keharusan penyaluran dana investasi dalam kegiatan usaha yang etis dan halal secara *syariah*.³

¹ Kotler, Philip, Keller, Kevin Lane, *Managemen pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2009)

² Veithzal Rivai, dkk., *Bank and financial Institution Managemen Genventional & Sharia System*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 4.

³ Andrian, *Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, (Bogor: Ghalia Indonesia, Tahun 2009), hlm. 3.

Pemasaran merupakan sebuah proses sosial yang melibatkan berbagai kegiatan yang mendukung terjadinya penukaran barang dan jasa, yang terjadi antara individu maupun organisasi. Manfaat yang diperoleh pelanggan dari penawaran sebuah perusahaan dikurangi biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh manfaat tersebut, menentukan nilai penawaran bagi pelanggan.⁴

Bauran pemasaran mempunyai peranan penting untuk mencapai keberhasilan usaha, oleh karena itu bidang pemasaran berperan besar dalam merealisasikan rencana usaha. Memaksimalkan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran.⁵

Bauran pemasaran merupakan salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk atau jasa, merancang konsumen untuk memberikan bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* suatu produk, oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsure strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk.⁶

Pemasaran seharusnya diterapkan menggunakan bauran pemasaran yang optimal, sebagaimana yang dikemukakan oleh Ratih Hurriyati bahwa untuk menentukan pasar diperlukan beberapa strategi pemasaran terhadap komponen yang diupayakan agar dapat bersaing dengan hal lain, maka bauran pemasaran

⁴Bambang Wiharto, *Manajemen Pemasaran*, EKMA 5206 manajemen pemasaran, edisi 2. (Tangerang selatan: Universitas terbuka, 2019).

⁵Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 168

⁶Roni Muhammad, strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam perspektif syariah, *jurnal ekonomi syariah IAIN sultan amai gorontalo*, 2, no 1, (1 april 2021), hlm 16.

yang digunakan terdiri atas produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik.⁷

Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya untuk menarik minat nasabah untuk menggunakan suatu produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis.⁸

Perbankan syariah yang terus berkembang, menyebabkan persaingan industri perbankan yang sedemikian kompetitif yakni antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional, atau sesama bank syariah dalam mendapatkan pendapatannya masing-masing. Salah satu cara yang ditempuh lembaga keuangan adalah dengan meningkatkan penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat berupa tabungan. Begitu juga dalam meningkatkan penghimpunan dananya, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga menawarkan produk seperti tabungan IB Martabe *Wadiah* (Marhamah) yaitu salah satu produk tabungan yang berdasarkan prinsip *Wadiah Yad Ad-Dāmanah* (titipan dana), dimana investasi yang dilakukan oleh nasabah dan pihak bank sebagai pengelola dengan yang berdasarkan Majelis Ulama Indonesia Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 26 *Dzulhijjah* 1420 H/1

⁷Sarmiana Batubara Dan Afriani Nasutio, Strategi Pemasaran dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidimpuan, *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam* 3, no. 2 (2 Desember 2021), <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i2.7237>.

⁸Nurul fitria, strategi pemasaran produk di PT. SENTRAL88 Kota Parepare (perspektif manajemen syariah), *Skripsi* (Parepare: IAIN Parepare, 2019), hlm. 3.

April 2000 M. Bank tidak mengurangi saldo tabungan milik nasabah kecuali dengan persetujuan penabung untuk tujuan tertentu.⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Yulisah Siregar yang merupakan salah satu karyawan di PT Bank Sumut cabang syariah sibolga sebagai *Customer Service*, ibu Yulisah Siregar mengatakan bahwa keuntungan yang akan nasabah dapatkan Ketika menggunakan tabungan IB Martabe *Wadiah* yaitu nasabah tidak dikenakan biaya manajerial setiap bulannya, Apalagi dengan asumsi untuk dana cadangan sesaat, tentu sangat menguntungkan karena dana investasi tidak akan berkurang karena keterbatasan, Meskipun tabungan *Wadiah* tidak memberikan bagi hasil sebagaimana tabungan mudharabah, tapi bank syariah dapat memberikan bonus atau hadiah untuk nasabahnya walaupun tidak ada perjanjian dalam akad, Keamanan dana yang disimpan akan dijaga oleh bank. Tabungan IB Martabe *Wadiah* juga umumnya mendapat penjaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sampai dengan batas tertentu, dan tentunya Proses pembukaan akun tabungan IB Martabe *Wadiah* memiliki persyaratan yang relatif sederhana dan biaya yang ringan. Mengenai kerugiannya, dengan asumsi dana investasi adalah *wadiah* dalam waktu panjang, akad *wadiah* akan merugikan klien karena tabungannya tidak bertambah sama sekali, Meskipun berapa banyak dana yang terus berlanjut seperti sebelumnya, nilai uang tidak akan akan berkurang maupun bertambah. Kelemahan lainnya adalah dana cadangan *wadiah* tidak mendapatkan bagi hasil seperti dana cadangan mudharabah. Karena pada tingkat dasar *wadiah*

⁹Abdul Ghofur Anshari, *Perbankan Syariah Indonesia*, (Yogyakarta : UGM Press, 2018), hlm. 81.

adalah titipan. Jadi klien hanya menyimpan uang tunai dalam jumlah tertentu dan tidak mendapatkan pembagian keuntungan dari bank syariah.¹⁰

Setiap produk yang di luncurkan di pasar tidak selalu mendapat respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar di bandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi seperti strategi pemasaran untuk mendukungnya.⁸ Oleh karena itu PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga senantiasa dituntut untuk melakukan usaha yang dapat menarik masyarakat untuk menabung, agar target kenaikan jumlah nasabah yang diharapkan pihak bank dapat terus meningkat dalam setiap tahunnya.

Keputusan nasabah untuk menabung merupakan efek akhir dari suatu pembelian, terdapat beberapa alasan yang menjadi pertimbangan masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah. Alasan tersebut salah satunya karena produk yang ditawarkan oleh suatu bank, tak terkecuali PT Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga menawarkan produk tabungan IB Martabe *Wadiah*. Tabungan IB Martabe *wadiah* sendiri sudah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

¹⁰Yulisah siregar, Customer Service, wawancara, (sibolga, 06 september 2023, pukul 16.00 WIB)

**Tabel I.1 Rekapitulasi Nasabah yang menggunakan tabungan ib
martabe *Wadiah* di PT. Bank Sumut Syariah Sibolga**

NO	TAHUN	Saldo Nominatif	Jumlah Nasabah
1.	2019	1,199,936,864	664 Nasabah
2.	2020	1,189,373,791	725 Nasabah
3.	2021	1,743,309,789	992 Nasabah
4.	2022	1,725,411,376	1120 Nasabah
5.	2023 (september)	1,710,890,119	1175 Nasabah

Sumber : PT. Bank Sumut Syariah Sibolga

**Tabel I.2 Rekapitulasi Nasabah yang menggunakan tabungan ib
martabe *mudharabah* di PT. Bank Sumut Syariah Sibolga**

NO	TAHUN	Saldo Nominatif	Jumlah Nasabah
1.	2019	30,616,612,406	4626 Nasabah
2.	2020	37,661,158,794	4777 Nasabah
3.	2021	36,322,126,459	5020 Nasabah

4.	2022	38,542,882,080	5327 Nasabah
5.	2023 (september)	38,889,782,806	5513 Nasabah

Sumber : PT. Bank Sumut Syariah Sibolga

Jika dibandingkan dengan jumlah nasabah tabungan *ib martabe mudharabah*, tabungan IB *martabe wadiah* lebih kurang diminati oleh nasabah.

Adapun faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah nasabah Tabungan IB *Martabe Wadiah* yaitu kurang optimalnya bauran pemasaran yang dilakukan. Seperti dalam promosi yang dilakukan dengan membagikan brosur belum secara merata, belum adanya pemasangan iklan maupun spanduk produk tabungan Tabungan IB *Martabe Wadiah*, layanan kepada nasabah belum maksimal atau tidak memuaskan nasabah, banyaknya pesaing serta kurang optimalnya perusahaan melakukan sosialisasi terhadap masyarakat atau memasarkan produknya kepada masyarakat. Strategi pemasaran merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara merata.¹¹ Dengan demikian, untuk meningkatkan nasabah perusahaan harus melakukan bauran pemasaran yang optimal dan merumuskan bauran pemasaran yang tepat dalam memasarkan produk-produk yang ada, agar jumlah nasabahnya tidak mengalami penurunan

¹¹Muhammad Ainur Rifqi, , “Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi’ah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang”, *skripsi*, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018), hal 63.

melainkan semakin bertambah dan tidak kalah dengan produk-produk yang ditawarkan oleh bank-bank lainnya.

Bauran pemasaran pada PT Bank Sumut cabang syariah sibolga dengan memperhatikan kualitas produk untuk menarik banyak konsumen, mengenali target pasar untuk mengetahui apa saja kebutuhan pasar dan apa yang diinginkan nasabah, kreatif dan inovasi untuk menciptakan produk baru untuk meningkatkan konsumen, promosi yang efektif untuk menambah calon konsumen serta karyawan perusahaan harus melakukan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Bauran Pemasaran Produk Tabungan IB Martabe Wadiah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga”**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk memperjelas arah penelitian, Pada penelitian ini ruang lingkup yang dibahas dibatasi dengan permasalahan yang berkaitan dengan bagaimana bauran pemasaran tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman atau pemahaman yang berbeda terhadap istilah yang digunakan dalam pembahasan ini, maka diperlukan penjabaran maksud istilah dalam judul. Adapun penjelasan judul ini sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran diartikan sebagai unsur-unsur internal yang sangat penting

untuk membentuk program pemasaran.¹² Philip Kotler mendefinisikan sebagai perangkat variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran.¹³ Bauran pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik yang berkaitan dengan Tabungan IB Martabe *Wadiah* di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

2. Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan- kegiatan usaha yang akan ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen.¹⁴ pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya.¹⁵ pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana penawaran dan pertukaran produk Tabungan IB Martabe *Wadiah* di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga
3. Akad *Wadiah* adalah suatu akad yang dimana para pemberi titipan menitipkan barang/atau dananya, namun penerima titipan tersebut tidak boleh menggunakan barang\dana tersebut dan penerima titipan boleh menerima

¹² Hurriyari, R, (2018), *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta) hlm. 42

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hal. 23.

¹⁴ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus*, (Yogyakarta: caps, 2014), hlm. 12.

¹⁵ Phillip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi XII (Jakarta : Erlangga, 2008), 6., t.t.*

biaya titipan. Penerima titipan tidak bertanggungjawab atas kehilangan atau kerusakan yang terjadi, selama bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan si penerima titipan dalam memelihara titipan tersebut.¹⁶Akad *Wadiah* dalam penelitian ini adalah jenis akad yang digunakan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

4. Tabungan IB Martabe *Wadiah* adalah tabungan dengan prinsip *Wadiah yad dhamanah* atau titipan yang dapat diambil kapan saja (*oncall*) atau berdasarkan kesepakatan tertentu yang telah disepakati dan tidak ada imbal hasil yang disyaratkan kecuali dalam berbentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak Bank, Produk tabungan ini diperuntukkan bagi nasabah baik perorangan maupun lembaga yang menginginkan dana tersimpan dengan aman dengan proses yang mudah serta dapat juga dijadikan sebagai rekening gabungan.¹⁷Tabungan IB Martabe *Wadiah* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis tabungan yang dipasarkan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana bauran pemasaran Tabungan IB Martabe *wadiah* di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui bauran pemasaran Tabungan IB

¹⁶Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (UPP AMP YKPN, Yogyakarta 2015), hlm. 17.

¹⁷Nurul, fariza, strategi service excellent pada pendanaan syariah di bank Sumut kantor cabang pembantu syariah stabat', *jurnal penelitian administrasi public*, volume 3,no 3 (2022).

Martabe *wadiah* di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

F. Mamfaat Penelitian

Adapun Mamfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peneliti tentang materi mengenai bauran pemasaran Tabungan IB Martabe *wadiah* di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

2. Bagi Bank Syariah

Sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk lebih memperhatikan dan semakin meningkatkan kualitas pelayanan dalam memasarkan produk. Dan mampu menciptakan promosi dan merebut perhatian masyarakat sehingga dapat menguasai pasar lebih baik.

3. Bagi akademis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan bauran pemasaran serta sebagai sumber informasi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan keilmuan.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah yang berisi tentang argumentasi peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah pada penelitian ini. Batasan masalah berisi tentang istilah yang dipertegas makna apa yang dimaksud peneliti. Tujuan penelitian dan kegunaan penelitian berisi penelitian agar dapat memberi manfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

Bab II Landasan Teori yang berisi pembahasan lebih luas terkait “Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe *Wadiah* di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga” Penelitian terdahulu memuat hasil penelitian sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang diangkat oleh peneliti yang bertujuan agar penelitian yang diangkat dapat menghasilkan penelitian ilmiah baru.

Bab III Metodologi Penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian yang akan dilakukan, jenis penelitian yang berisi tentang hal-hal yang akan dijadikan objek penelitian. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Instrumen dan teknik pengumpulan data adalah yang berisi pengumpulan data yang dibutuhkan peneliti. Teknik analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis kualitatif. Teknik keabsahan data berisi pemeriksaan keabsahan data yang digunakan penelitian ini.

Bab IV Hasil Penelitian yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang penulis peroleh dan pembahasan yang merupakan hasil analisis penulis terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian.

Bab V Penutup yang merupakan kesimpulan penelitian yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang terkait dengan masalah atau objek penelitian untuk menjadi bahan pertimbangan serta tindakan mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Bank Syariah

Bank adalah lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), pinjaman uang (kredit), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Bank adalah lembaga intermediary keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki surplus dana dalam bentuk simpanan, kemudian menyalurkannya kepada masyarakat yang mengalami defisit dana serta melayani jasa-jasa keuangan lainnya dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹⁸

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan Bank Syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah atau yang biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan / perbankan yang operasional dengan produknya dikembangkan berlandaskan al-Quran dan hadist Nabi SAW. Bank syariah lahir sebagai salah satu solusi alternative terhadap persoalan pertentangan anatara bunga bank dan riba. Bank syariah lahir di Indonesia sekitar tahun 90an atau tepatnya setelah ada peraturan pemerintahan nomor 72 tahun 1992 direvisi dengan UUD No. 10 Tahun 1998 dalam bentuk sebuah bank yang beroprasinya dengan system bagi hasil. Selanjutnya pada tahun 2008 terbitlah UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terdiri dari 13 bab dengan 70 pasal yang

¹⁸Nofinawati, *Perbankan Syariah*, Edisi Pertama (Jakarta : Kencana, 2020), hlm. 5.

mengatur tambahan beberapa prinsip baru antara lain tentang tata kelola (*corporate governance*), prinsip kehati-hatian (*prudential principles*), manajemen risiko (*risk management*), penyelesaian sengketa, otoritas fatwa, komite perbankan syariah, pembinaan dan pengawasan bank syariah. Kegiatan dan jenis usaha bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional. Namun, perbedaan keduanya terletak pada prinsip pelaksanaannya, yaitu transaksi yang mengandung riba pada bank konvensional diupayakan untuk ditiadakan dalam bank syariah.¹⁹

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga dan tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian (akad) yang terdapat diperbankan syariah. Ada tiga prinsip syariah dalam operasional bank syariah yang berbeda dengan bank konvensional, terutama dalam pelayanan terhadap nasabah, yang harus dijaga para banker yaitu : (1) prinsip keadilan, yakni imbalan atas dasar bagi hasil dan margin keuntungan ditetapkan atas kesepakatan bersama antara bank dan nasabah, (2) prinsip kesetaraan, yakni nasabah menyimpan dana penggunaan dana dan bank memiliki hak, kewajiban, beban resiko dan keuntungan yang berimbang dan (3) prinsip ketentraman, bahwa produk bank syariah mengikuti ketentraman dan kaidah muamalah Islam (bebas riba dan

¹⁹Muhammad, *System Bagi Hasil dan Prinsip Bank syariah*, (Yogyakarta : PT. Grafindo, 2018), hlm. 1

mendapatkan zakat harta).²⁰ Sebagaimana yang dijelaskan dalam Qs. Ali Imran ayat 130.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

*Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir."*²¹

Tentang sebab turunnya ayat di atas, Mujahid mengatakan, Orang-orang Arab sering mengadakan transaksi jual beli tidak tunai. Jika jatuh tempo sudah tiba dan pihak yang berhutang belum mampu melunasi maka nanti ada penundaan waktu pembayaran dengan kompensasi jumlah uang yang harus dibayarkan juga menjadi bertambah maka alloh menurunkan firman-Nya.

Syaikh Abu Bakar Jabir al Jazairi mengatakan, "Ketahuilah wahai orang yang beriman bahwa riba yang dipraktekkan oleh bank konvensional pada saat ini itu lebih zalim dan lebih besar dosanya dari pada jahiliah yang Allah haramkan dalam ayat ini dan beberapa ayat lain di surat al Baqarah. Hal ini disebabkan riba dalam bank itu buatan orang-orang Yahudi sedangkan Yahudi adalah orang yang tidak punya kasih

²⁰Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 25-27.

²¹Kementrian Agama RI, *Al-Quran Dan Tajwid Dan Terjemahan*, (Bandung, Al-Quran Al Qosbah, 2020), Hlm 107.

sayang dan belas kasihan terhadap selain mereka.²² Secara garis besar produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah menjadi tiga bagian besar, yaitu : (1) produk penghimpun dana (*funding*), (2) produk penyaluran dana (*Financing*), dan (3) produk jasa (*service*).²³

2. Pemasaran

a. Pengertian pemasaran

Sebagai ilmu dan sekaligus seni, pemasaran mengalami perkembangan pesat dan dramatis. Peran dan arti penting pemasaran semakin diakui dan disadari oleh pelaku bisnis. Secara teoritis, pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual atau potensial atas barang atau jasa yang ditawarkan.²⁴ Beberapa ahli memberikan bermacam-macam definisi pemasaran antara lain :

- 1) Menurut Achmad Rizal. Pemasaran adalah pelaksanaan aktivitas bisnis yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen dalam rangka memuaskan konsumen sebaik mungkin dan mewujudkan tujuan perusahaan.²⁵
- 2) Menurut Ketut Sutapa. Pemasaran terdiri atas semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan memfasilitasi setiap pertukaran yang

²²Al- qurthubi,A.M., Al Jami'Li Ahkamil Qur'an Wa Al- Mubayyanli Ma Tadhommanahumin al- Sunnah Wa Al-Ayi Al Qur'an mu'assanah Al- Risalah, jilid 4, (Jakarta: Pustaka Azzam,2006), hlm.199

²³Ismail ,*Perbankan syariah* (Jakarta : Putra Utama, 2011), hlm. 23.

²⁴Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), hlm. 197

²⁵Rizal Achmad, *Manajemen Pemasaran* (Jawa Timur: Pustaka Setia, 2017), hlm. 15

dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.²⁶

- 3) Menurut Oscarius Yudhi. Pemasaran merupakan proses dimana struktur permintaan terhadap produk dan jasa diantisipasi atau diperluas dan dipuaskan melalui konsepsi, distribusi, promosi, dan pertukaran barang²⁷.

Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran itu sendiri memiliki arti yang cukup luas. Pemasaran mencakup model atau konsep pemasaran, usaha perusahaan yang dimulai dengan mempelajari kebetuhan konsumen yang akan dituju dan dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Jadi kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem.

American Marketing Association (AMA) mendefenisikan pemasaran sebagai proses perencanaan dan pelaksanaan rencana penetapan harga promosi dan distribusi dan ide-ide, barang-barang, dan jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasional. Pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka

²⁶Sutapa Ketut, Strategi Pemasaran (Bali : Rineka Cipta, 2016), hlm. 28

²⁷Yudhi Oscarius, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2017), hlm. 42

butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan produk lain²⁸.

Al-quran menyebutkan banyak ayat yang membahas tentang perdagangan yaitu dengan tiga istilah meliputi al-tijarah, al-bay', dan alsyira'. Al-ijarah berarti al-bay' menjual dan al-syira' membeli.²⁹ Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 29 dapat kita jadikan ayat utama lebih dari sekedar ayat pendukung dalam pembahasan perdagangan yaitu:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka samasuka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu."

³⁰

Ayat diatas mengatur dan mengajarkan agar dalam perdagangan ataupun pemasaran masing-masing pihak yang berbeda memperoleh kedudukan yang seimbang, saling menguntungkan, terbebas dari praktik riba, maisir, gharar, dan zalim sehingga semuanya puas. Kesetaraan dan saling menguntungkan antar penjual dan pembeli sulit di realisasikan jika

²⁸Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2012), hlm. 1340

²⁹ Kwat Ismanto, *Menejemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 21

³⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Quran Dan Tajwid Dan Terjemahan*, (Bandung, Al-Quran Al Qosbah, 2020), Hlm 298

hanya mengagap dan menjadikan pembeli sebagai raja tanpa memposisikan penjual sebagai ratu, dan praktik riba, maisir, gharah, serta zalim tidak mungkin dapat dihindari kecuali dengan menjalankan syariah.

Perusahaan tidak dapat menerapkan konsep pemasarannya untuk memenuhi tujuan konsumennya melainkan juga untuk mencapai tujuan perusahaan, kalau tidak perusahaan akan berhenti beroperasi. Seluruh tujuan perusahaan diarahkan untuk meningkatkan laba, pangsa pasar, penjualan dan perpaduan dari ketiga tujuan tersebut. Jadi pemasaran itu sendiri merupakan salah satu kegiatan dalam menciptakan nilai ekonomi, dimana pemasaran ini adalah salah satu strategi dalam mendapatkan keuntungan dalam perusahaan.³¹

b. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran muncul pada pertengahan tahun 1950-an. Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif di bandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan perusahaan

³¹Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm. 215

dalam usahanya mencapai tujuan yang ditetapkan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane K, konsep inti dari kegiatan pemasaran adalah: ³²

- 1) Kebutuhan, keinginan dan permintaan.
- 2) Produk (jasa dan barang)
- 3) Nilai, biaya dan kepuasan
- 4) Pertukaran, transaksi dan hubungan
- 5) Pasar
- 6) Pemasaran, pemasar dan prospek

3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Philip Kotler mendefinisikan sebagai perangkat variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran.³³ Bauran pemasaran terdiri dari sebuah kumpulan keputusan strategi yang dibuat dibidang produk, promosi, harga dan distribusi yang bertujuan untuk kenyamanan para pelanggan di dalam suatu pasar.

Kegiatan pemasaran perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasaran seefektif mungkin, dikarenakan ketujuh unsur (7P) dalam kombinasi tersebut saling berhubungan.

a. Produk (Product)

Produk dapat diartikan sebagai barang, konotasi akan kedua kata ini dapat dipahami melalui pengertian barang dalam pasal 1 ayat (4) undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, barang adalah

³²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007)

³³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hal. 23.

baik berwujud maupun tidak, baik bergerak maupun tidak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.³⁴

Ernawati menyimpulkan hal yang serupa mengenai makna atau cakupan mengenai produk, produk diartikan sebagai barang yang secara merata dapat dilihat, dipegang dan dirasakan manfaatnya, baik bergerak maupun tidak bergerak, namun dalam masalah tanggung jawab produsen.³⁵

Produk adalah pusat dari bauran pemasaran, jika produk gagal memuaskan kebutuhan konsumen, berapapun besarnya promo, potongan harga tidak akan berhasil membujuk mereka untuk membeli. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kesempatan atau peluang bagi produk adalah:

- a) Perubahan ekonomi.
- b) Perubahan sosial dan budaya.
- c) Perubahan teknologi.
- d) Perubahan politik.

Strategi produk yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk antara lain:

- a) Penentuan logo dan motto.

³⁴Undang-undang no 8 tahun 1999

³⁵Ernawati, pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandal bandung, *jurnal wawasan manajemen*, volume 7, no. 1, (2019), hlm 18-19

- b) Menciptakan merek.
- c) Menciptakan kemasan.
- d) Keputusan label.³⁶

b. Harga (Price)

Harga merupakan penetapan jumlah yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh suatu barang atau jasa, dan merupakan penentu untuk memperoleh suatu produk, dan harga suatu barang atau jasa merupakan penentu bagi permintaan pasarnya. Harga dapat mempengaruhi posisi persaingan perusahaan dan Juga mempengaruhi marketing sharenya. Langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk yaitu:

- a) Menentukan tujuan penetapan harga.
- b) Memperkirakan permintaan, biaya, dan laba.
- c) Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar.
- d) Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.³⁷

c. Tempat (Place)

Tempat yaitu berbagai ragam kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan/dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Tempat meliputi antara lain: channels, coverage, assortnents, locations, inventory, dan transport.

Meskipun perantara pemasaran, terutam grosir dan pengecer,

³⁶Cristina, heppi marta pengaruh strategi produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, *jurnal inspirasi bisnis dan manajemen*, volume 3, no. 1, (2019), hlm. 43

³⁷Arif Fakhruddin, Maria Valeria, Roellyanti Dan Awan, (2022), *Bauran Pemasaran*, (yogyakarta: cv. Budi utama)

merupakan faktor lingkungan yang tidak mudah dikendalikan, eksekutif harus bersifat leluasa ketika bekerja dengan mereka. Tugas manajemen adalah menyeleksi dan mengelola saluran perdagangan agar produk dapat sampai kepada pasar yang sesuai pada waktu yang tepat. Dengan mengembangkan sistem distribusi untuk menangani dan mengirim produk secara fisik melalui saluran tersebut.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah sebagai berikut: ³⁸

- a) Dekat dengan kawasan industri atau pabrik.
- b) Dekat dengan lokasi perkantoran.
- c) Dekat dengan lokasi pasar.
- d) Dekat dengan pusat pemerintahan
- e) Dekat dengan lokasi perumahan dan masyarakat.
- f) Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik, dan lain-lain)

d. Promosi (Promotion)

Promosi adalah kegiatan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan pelanggan dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.³⁹

Ada macam-macam sarana promosi yang dapat digunakan

³⁸Maulana, yogi sugiarto, analisis factor yang mempengaruhi pemilihan lokasi pabrik PT.sung chang indonsia cabang kota banjar, *jurnal ilmiah ADBIS*, volume 2, no. 2, (2018), hlm. 211

³⁹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 214

adalah:⁴⁰

- a). Penjualan pribadi (*Personal Selling*) merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga kemudian mereka akan mencoba dan membelinya.
- b). Penjualan massal (*Mass Personal*) adalah pendekatan yang menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak ramai dalam satu waktu. Ada dua bentuk *mass selling*, yaitu periklanan dan publistas. Periklanan adalah salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya. Sedangkan publistas yaitu pemanfaatan nilai-nilai berita tergantung dalam suatu produk untuk membentuk citra produk yang bersangkutan.
- c). Promosi penjualan (*Sales Promotion*) yaitu bentuk promosi langsung melalui penggunaan yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.
- d). *Word Of Mounth* (komunikasi dari mulut ke mulut) adalah salah satu ciri khusus dari promosi dalam bisnis jasa

⁴⁰Cristina, heppi marta pengaruh strategi produk, harga dan promosi terhadap kepuasan pelanggan, *jurnal inspirasi bisnis dan manajemen*, volume 3, no. 1, (2019), hlm. 45

e. Orang (People)

Yaitu semua orang yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi persepsi pembeli, nama, pribadi pelanggan dan pelanggan-pelanggan lain yang ada dalam lingkungan pelayanan. People meliputi kegiatan untuk karyawan seperti mulai dari kegiatan rekrutmen, pendidikan dan pelatihan, motivasi, balas jasa, dan kerja sama serta pelanggan yang menjadi nasabah atau calon nasabah.

f. bentuk fisik (*Physical Evidence*)

physical evidence adalah semua yang mencakup bukti fisik yang dapat membantu konsumen memahami produk atau layanan yang ditawarkan yang terdiri dari adanya logo, simbol perusahaan, moto, fasilitas yang dimiliki, seragam karyawan, laporan, kartu nama, dan jaminan perusahaan.⁴¹

g. Proses (Process)

Yaitu keterlibatan pelanggan dalam pelayanan jasa, proses aktivitas, standar pelayanan, kesederhanaan dan kompleksitas prosedur kerja. Dengan demikian, berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari penggunaan konsep bauran pemasaran atau yang disebut *marketing mix* untuk suatu produk maupun jasa jika digabungkan menjadi 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence dan process*. Dengan menerapkan *marketing mix*, perusahaan akan lebih mudah untuk menentukan kebutuhan dan keinginan para

⁴¹Sofja Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, (Jakarta: Bumi Insani, 2013), hlm. 143

konsumennya. Dan semakin mudahnya bagi perusahaan untuk menentukan kebijakan atau perencanaan dalam persaingan untuk menguasai pasar.

4. Tabungan *Wadiah*

a. Pengertian Tabungan *Wadiah*

Bank merupakan suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dana atau alat yang dipersamakan dengan itu.⁴²

Secara etimologis, kata *al-Wadiah* berasal dari kata *wada'aasy'syai* jika ia meninggalkannya pada orang yang menerima titipan⁴³. Sedangkan *al-Wadiah* secara terminologis, yaitu pemberian kuasa oleh penitip kepada orang yang menjaganya tanpa kompensasi (ganti). Dalam tradisi fiqih islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan *al-Wadiah*. *Al-Wadiah* juga dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik sebagai individu ataupun sebagai badan hukum. Titipan yang dimaksud harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.

⁴²Zainudin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hlm. 23

⁴³Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 282

Tabungan *Wadiah* adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad *Wadiah*, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembangkan setiap saat sesuai dengan pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan *Wadiah*, bank syariah menggunakan akad *Wadiah yad adh-dhamanah*. Dalam hal ini, nasabah bertindak sebagai penitip yang memberikan hak kepada bank syariah untuk menggunakan atau memanfaatkan uang atau barang titipannya. Sedangkan bank syariah bertindak sebagai pihak yang dititipi dana atau barang tersebut yang disertai hak untuk menggunakan atau memanfaatkan dana dan barang tersebut. Sebagai konsekuensinya, bank bertanggung jawab terhadap keutuhan harta titipan tersebut serta mengembalikannya kapan saja pemiliknya menghendaki. Di sisi lain, bank juga berhak sepenuhnya atas keuntungan dari hasil penggunaan atau pemanfaatan dana dan barang tersebut.

b. Landasan Hukum Akad *Wadi'ah*

1) Al-Qur'an Surat Al-Baqarah 283

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَثِمْنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۗ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ ﴾

Artinya: "Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang hendak kamu pegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertaqwa kepada Allah, Tuhannya"⁴⁴.

⁴⁴Kementrian Agama RI, Al-Quran Dan Tajwid Dan Terjemahan, (Bandung, Al-Quran Al Qosbah, 2020), Hlm 83.

2) Ijma'

Para tokoh ulama sepakat diperbolehkannya al-Wadiah. Karena Wadiah termasuk ibadah sunnah. Dalam kitab Mubdi disebutkan "ijma" dalam setiap masa memperbolehkan Wadiah. Dalam kitab Ishfah disebutkan "ulama sepakat bahwa al-Wadiah termasuk ibadah sunnah dan menjaga barang titipan itu mendapatkan pahala".⁴⁵

3) Fatwa Dewan Syariah

Kemudian berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 01/DSN-MUI/TV/2000, menetapkan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadi'ah. Demikian juga dengan tabungan produk wadi'ah, dapat dibenarkan berdasarkan Fatwa DSN No. 01/DSN-MUI/TV/2000, menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah.

c. Rukun dan Syarat Al-Wadiah

1) Rukun Wadiah

- a) Pihak yang berakad
- b) Orang yang menitipkan (muwaddi')
- c) Orang yang dititipi barang (wadi')
- d) Adanya barang yang dititipkan (*Wadiah*)
- e) Adanya ijab kabul yang sah, baik melalui ucapan ataupun

⁴⁵Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 283

perbutan (Shighat)⁴⁶

2) Syarat Al-Wadiah

- a) Pihak yang berakad
- b) Orang yang menitipkan dan yang menerima titipan
- c) disyaratkan sudah baligh berakal.
- d) Sukarela (ridha), tidak dalam keadaan terpaksa atau terpaksa dibawah tekanan.
- e) Objek yang dititipkan merupakan mutlak milik si penitip (muwaddi’).

d. Macam-Macam Al-Wadiah

1) Al-Wadiah Yad Al-Amanah

Penerima titipan hanya berfungsi sebagai penerima amanah yang bertugas dan berkewajiban untuk menjaga barang yang dititipkan tanpa boleh memanfaatkannya. Sebagai kompensasi, penerima titipan diperkenankan untuk membebaskan biaya kepada yang menitipkan.

Dalam konteks ini, pada dasarnya pihak penyimpan (*costodian*) sebagai penerima kepercayaan (*trustee*) adalah *yad alamanah* “tangan amanah” yang berarti bahwa ia tidak diharuskan bertanggung jawab jika sewaktu dalam penitipan terjadi

kehilangan atau kerusakan pada barang/aset titipan, selama hal ini bukan akibat dari kelalaian atau kecerobohan yang

⁴⁶Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 183

bersangkutan dalam memelihara barang/aset titipan *al-Wadiah yad al-amanah*⁴⁷.

2) Al-Wadiah Yad Dhamanah

Dari prinsip *yad al-amanah* atau tangan amanah kemudian berkembang prinsip *yad dhamanah* atau tangan penanggung jawab, yang berarti bahwa pihak penyimpan bertanggung jawab atas segala kerusakan atau kehilangan yang terjadi pada barang/aset titipan. Dalam pelaksanaannya, akad *al-Wadiah yad dhamanah* dapat diterapkan dalam produk penghimpunan dana pihak ketiga antara lain giro dan tabungan.

5. Tabungan IB Martabe Wadiah

Simpanan pada Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk perorangan dalam bentuk mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan secara sewaktu-waktu dengan cara tertentu yang telah dipersyaratkan.

a. Akad

Akad yang digunakan adalah *wadiah yad dhamanah*, yang berarti *mustawda* (Bank) dapat memanfaatkan dana dan menyalurkan dana yang disimpan serta menjamin bahwa dana tersebut dapat ditarik setiap saat oleh *muwwadi* (Nasabah).

b. Keunggulan :

- 1) Keamanan dana terjamin.

⁴⁷Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hlm. 6

- 2) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan sesuai dengan kebijakan pembiayaan dan referensi Bank.
- 3) Dapat ditarik atau disetor di seluruh kantor Bank Sumut Syariah
 - 4) Bebas biaya administrasi bulanan.
 - 5) Mendapatkan kartu ATM.
 - 6) Bank dapat memberikan bonus, namun tidak diperjanjikan di awal.

c. Fitur Produk

- 1) Tabungan dalam mata uang Rupiah.
- 2) Penabung adalah nasabah perorangan.
- 3) Fasilitas ATM 24 Jam di ATM Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga dan jaringan ATM .
- 4) Sarana untuk melakukan pembayaran tagihan pembayaran listrik, PAM, telepon, pendidikan, kartu kredit dan pembelian isi ulang pulsa telepon selular.
- 5) Sarana untuk penyaluran zakat, infaq dan shadaqah.

d. Syarat dan Ketentuan :

- 1) Fotocopy kartu identitas diri : KTP / SIM / Paspor.
- 2) Mengisi formulir aplikasi pembukaan tabungan dan permohonan kartu ATM.
- 3) Menyerahkan setoran awal minimal Rp. 50.000,-.
- 4) Setoran berikutnya minimal Rp. 20.000,-.
- 5) Maksimum penarikan melalui teller Rp. 100.000.000,- /hari

6) (dengan konfirmasi).

B. Kajian/ Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan. Penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tabel II.1: Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Sarmiana Batubara Dan Afriani Nasution (Jurnal Ekonomi Islam) (2022) ⁴⁸	Strategi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan	Strategi Pemasaran Menggunakan Adalah Marketing Mix 7P, Yang Dimana PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Sudah Sesuai Dengan Bauran Pemasaran ,Dibuktikan Dengan Kenaikan Adanya Kenaikan Pada Jumlah Nasabahnya.
2	Rima Nasution, (Skripsi Fakultas Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2020) ⁴⁹	Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Rencana Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan	Strategi Yang Digunakan Peneliti Adalah Marketing Mix 7p. Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Dalam Sebuah Bank Harus Terlebih Dahulu Meningkatkan Strategi Pemasaran Produk Dan Promosi, Sepaya Masyarakat Tertarik Dengan Produk Yang Dipasarkan Ataupun Yang Dipromosikan.

⁴⁸Sarmiana Batubara Dan Afriani Nasutio, “Strategi Pemasaran dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidimpuan.”

⁴⁹Rima Nasution, “Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Rencana Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan”, *skripsi*, (padangsidempuan:IAIN padangsidempuan,2020)

3	Ahmad Syahrizal Dan Heru Setiawan. Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 2, Juni 2019, Kuala Tungkal ⁵⁰	Strategi Pemasaran Tabungan <i>Wadiah</i> Simpatik Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal.	Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Menggunakan 2 Strategi Utama Yaitu <i>Marketing Mix</i> Dimana Komponen 4P (<i>Product, Price, Place And Promotion</i>) Direkayasa Dan Diatur Sedemikian Rupa Kemudian Strategi Kedua Yaitu <i>Chanelling</i> dimana Bank Menjalin Kerjasama Dengan Berbagai Lembaga Yang Ada Di Kuala Tungkal.
4	Miftahul Jannah Dan Farid Fathony Ashal, Jurnal Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry, Volume 1, Januari 2019, Banda Aceh. ⁵¹	Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Berbasis Syariah Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Produk Nozyjuice Di Kota Banda Aceh.	Pengaruh Yang Diberikan Oleh Variabel Produk, Variabel Harga, Variabel Tempat Dan Variabel Promosi Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.
5	RicKy Rainaldo Al Hafid (Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2018.) ⁵²	Analisis Komparatif Produk Tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah Dengan Tabungan Mudharabahmutlaqah Pada PT. Bank Aceh Syariah.	Pada Aspek Pengembalian (<i>Return</i>) Tabungan <i>Mudharabahmutlaqah</i> lebih Unggul Daripada Tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah. Namun Memiliki kekurangan Pada Aspek Biaya Dikarenakan Biaya Yang terlalu Mahal Jika Dibandingkan Dengan Tabungan Yang Berakad Wadi'ah Yad Dhamanah.
6	Jamiah Harahap (Skripsi UIN	Pelaksanaan Tugas Pemasaran	Dalam Memasarkan Produk Tabungan Marwah Pandangan Yang Digunakan

⁵⁰Ahmad Syahrizal Dan Heru Setiawan. "Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal," *Jurnal Ekonomi islam* 2, no 2, (2019)

⁵¹Mifthahul Jannah and Farid Fathony Ashal, "Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Berbasis Syariah Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Produk Nozy Juice Di Kota Banda Aceh," *JHIBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 1, no. 1 (April 21, 2019), <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jhibiz/article/view/4611>.

⁵²Ricky Rainaldo Al Hafid, "Analisis Komparatif Produk Tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah Dengan Mudahrabah Mutlaqah Pada PT. Bank Aceh Syariah" (Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018)

	Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Medan, 2018.) ⁵³	Tabungan IB Martabewadi'ah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Prof. HM Yamin.	Secara Umum Masih Seperti Pandangan Yang Dilakukan Oleh Bank Lain Yaitu Lebih Menguatkan Pada Pandangan Dalam Hal Promosi. Agar Produk Bisa Di Kenal Dan Diminati Nasabah
7	Muhammad Ainnur Rifqi Skripsi IAIN Salatiga, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2018. ⁵⁴	Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang.	Strategi Yang Digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang Dalam Pemasaran Produk Khususnya Tabungan Wadi'ah Dengan Menggunakan Sistem Marketing Mix.
8	Abdul Nasser Hasibuan (Jurnal Riset Ekonomi Islam(2018)) ⁵⁵	Strategi Pemasaran Produk Funding Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan	Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Di PT. BPRS Padangsidempuan Adalah Bauran Pemasaran Atau Yang Dikenal Dengan <i>Marketing Mix</i> Dengan Menggunakan 7P. Kemudian, PT. BPRS Padangsidempuan Lebih Mengutamakan Strategi Promosi Dalam Pemasaran Produk <i>Funding</i> Tersebut

Ada beberapa faktor yang membedakan antara judul penelitian dengan judul peneliti terdahulu sebagai berikut :

1. Sarmiana Batubara Dan Afriani Nasution membahas tentang Strategi Pemasaran Dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan sedangkan peneliti membahas tentang Bauran Pemasaran Tabungan IB

⁵³Jamiah Harahap, "Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabewadi'ah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Prof. HM Yamin", skripsi, (medan: UIN Sumatera Utara, 2018).

⁵⁴Muhammad Ainur Rifqi, "Muhammad Ainur Rifqi, "Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang", skripsi, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018)

⁵⁵Abdul Nasser Hasibuan, "Strategi Pemasaran Produk Funding Di Pt.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan," *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam* 2, no. 1 (30 Juni 2018), <https://doi.org/10.31958/imara.v2i1.1032>.

MartabeWadiah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian ini yaitu dalam strategi pemasarannya yang sama-sama menggunakan strategi utama yaitu *marketing mix 7P* yaitu *product, price, place, promotion, people, physical devidence* dan *process* sedangkan yang menjadi pembeda dalam penelitian ini lokasi dan produk yang ditentukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti terdahulu.

2. Rima Nasution membahas tentang Strategi Pemasaran Tabungan ib rencana pada Bank SUMUT cabang syariah Padangsidempuan, sedangkan peneliti membahas tentang Bauran Pemasaran Tabungan IB MartabeWadiah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian ini yaitu dalam strategi pemasarannya yang sama-sama menggunakan strategi utama yaitu *marketing mix 7P* yaitu *product, price, place, promotion, people, physical devidence* dan *process* sedangkan yang menjadi pembeda dalam penelitian ini lokasi dan produk yang ditentukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti terdahulu.
3. Ahmad Syahrizal dan Heru Setiawan membahas tentang Strategi Pemasaran Tabungan Wadiah Simpatik pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal, sedangkan peneliti membahas tentang Bauran Pemasaran Tabungan IB MartabeWadiah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang produk *Wadiah*, sedangkan yang

menjadi pembeda dalam penelitian ini dalam strategi pemasarannya yang peneliti terdahulu menggunakan *marketing mix* 4p (*product, price, place, promotion*) sedangkan peneliti membahasyaitu *marketing mix* 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical devidence* dan juga lokasi yang ditentukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti terdahulu.

4. Miftahul Jannah dan Farid Fathony Ashal membahas tentang Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Produk NozyJuice di Kota Banda Aceh, sedangkan penulis membahas tentang Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe*Wadiah* pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian tersebut di atas adalah pembahasan yang sama mengenai bauran pemasaran atau *Marketing mix*. Sedangkan yang menjadi perbedaannya adalah peneliti terdahulu membahas tentang minat beli konsumen terhadap produk NozyJuice serta tempat penelitian yang berbeda.
5. Ricky Rainaldo Al Hafid membahas tentang Analisis Komparatif Produk Tabungan *Wadi'ah Yad dhomanah* dengan Tabungan *Mudharabah Mutlaqah* pada PT Bank Aceh Syariah sedangkan peneliti membahas tentang Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe*Wadiah* pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Persamaan dalam penelitian ini adalah dimana penelitian sama-sama membahas tentang *Wadiah* namun yang membedakannya yaitu peneliti terdahulu membandingkan antara *Wadiah* dengan *mudharabah* pada aspek pengembalian dan aspek biaya sementara

peneliti hanya membahas tentang bauran pemasaran tabungan tabungan IB Martabe *wadiah* saja.

6. Jamiah Harahap membahas tentang Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabe *Wadiah* pada PT Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Prof. HM Yamin. Disini ada banyak persamaan yaitu yang mana peneliti terdahulu meneliti pada Bank Sumut Syariah dan membahas tentang pemasaran tabungan IB Martabe *Wadiah* namun yang membedakannya adalah lokasi penelitian dan peneliti terdahulu membahas tentang pelaksanaan tugas pemasaran sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran tabungan *Wadiah* itu sendiri.
7. Muhammad Ainur Rifqi membahas tentang Strategi Pemasaran dan Perkembangan Produk Tabungan *Wadiah* di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang. Adapun persamaannya terdapat pada strategi yang mana peneliti menggunakan sistem marketing mix. Adapun perbedaannya peneliti terdahulu membahas bagaimana pengembangan produk tabungan *Wadiah* tersebut.
8. Persamaan penelitian ini dengan jurnal Abdul Nasser Hasibuan adalah strategi pemasaran atau *marketing mix* dengan menggunakan 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, physical devidence* dan *process*, penelitian kualitatif, sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaannya dengan peneliti Abdul Nasser Hasibuan adalah jenis produk tabungan yang diteliti, tempat penelitian atau lokasi penelitian.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. BankSumut Cabang Syariah Sibolga. Jl. Sisingamangaraja No.8, Pancuran Gerobak, Sibolga Kota, Kota Sibolga, Sumatera Utara 22513. Adapun penelitian ini dilakukan pada bulan desember 2022 sampai dengan september 2023.

B. Jenis Penelitian

Berdasarkan dari judul peneliti, penelitian ini termasuk penelitian lapangan yaitu di Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga dan berdasarkan analisis datanya penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental (fakta dan nyata) bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri. Penelitian ini, informasi didapat dari M. Idgham Habib yang merupakan karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer* dan Yulisah Sirega sebagai *Customer Service*. Dan 2 nasabah pengguna tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Adapun jenis penelitian adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang.⁵⁶ Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya berlangsung. Pendekatan ini ditentukan berdasarkan pertimbangan bahan

⁵⁶Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal.42.

penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana bauran pemasaran tabungan IB Martabe *wadiah* di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

C. Unit Analisis/ Subjek Penelitian

Unit analisis dalam penelitian ini adalah suatu yang menunjukkan pada subjek penelitian. Unit analisis ini dilakukan oleh peneliti agar validitas dan realibilitas penelitian dapat terjaga. Subjek penelitian adalah subjek yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Dalam hal penelitian ini yang dijadikan sebagai subjek penelitian adalah nasabah dan karyawan maupun pelaksana pemasaran dan analisis di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

Dapat disimpulkan bahwa objek atau variabel dari penelitian ini adalah bagaimana bauran pemasaran produk tabungan IB Martabe *wadiah* Subjek penelitian adalah informan penelitian, yaitu sumber tempat untuk mendapatkan informasi atau keterangan tentang data yang diinginkan peneliti yang berkaitan dengan sebuah peneliti yang dilakukan. Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, maka yang menjadi subjek ini adalah PT. Bank Sumut cabang syariah sibolga dan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan maka peneliti melakukan wawancara dengan Bapak M. Idgham Habib yang merupakan karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer*, ibu Yulisah Sirega sebagai *Customer Service* Dan 2 nasabah pengguna tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga yaitu ibu Sarah dan ibu Ayu.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:⁵⁷

1. Data primer adalah pelaku dan pihak-pihak yang terlibat langsung dengan objek penelitian. Data primer disini merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari pihak PT. Bank Sumut cabang syariah sibolga diantaranya struktur organisasi bank, sejarah bank, visi dan misi, dan statemen budaya perusahaan.
2. Data sekunder adalah Data sekunder adalah data-data yang sudah tersedia atau yang sudah diperoleh oleh peneliti dan dokumen lainnya yang bisa dijadikan sebagai sumber data penelitian.⁵⁸ Menurut Muhammad data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data skunder dalam penelitianginigdiperoleh dari buku-buku referensi dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.⁵⁹

E. Teknik Pengumpulan Data

Berhubungan penelitian ini penelitian kualitatif, maka peneliti akan menggunakan instrumen pengumpulan data yang cocok adalah data yang diperoleh melalui:

⁵⁷Wahyu Purhantara, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010). hlm. 79.

⁵⁸Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 97

⁵⁹Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 103.

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan.⁶⁰

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.⁶¹ Wawancara merupakan situasi sosial antara dua orang, dimana proses psikologis yang terlibat membutuhkan kedua individu secara timbal balik dalam memberikan beragam tanggapan sesuai tujuan penelitian.⁶² Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian. Metode ini dilakukan untuk memperoleh informasi dengan memberikan pertanyaan kepada seseorang atau lembaga yang ingin kita peroleh informasinya. Untuk melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu mempersiapkan daftar pertanyaan yang ingin ditanyai. Metode ini melibatkan pewawancara dan informan.⁶³ Dengan pedoman pertanyaan yang sudah dibuat diharapkan pertanyaan dan pernyataan responden lebih terarah dan memudahkan untuk rekapitulasi catatan hasil

⁶⁰Deddy Mulyana, *metodologi penelitian kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm.180.

⁶¹Joko Subagyo. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 3.

⁶²Hardani, dkk., *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV PustakaIlmu Grub, 2020), hlm. 408.

⁶³Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian kualitatif Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Imu, 2010), hlm. 80.

pengumpulan data. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang terstruktur yang sebelumnya peneliti sudah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan ditanyakan kepada M. Idgham Habib yang merupakan karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer* dan Yulisah Sirega sebagai *Customer Service*. Dan 2 nasabah pengguna tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

3. Dokumentasi

Teknik ini dimaksud untuk melengkapi data hasil wawancara dan observasi. Dokumentasi dalam penelitian ini seperti menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain.

F. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan dan kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data yang didasarkan pada kriteria derajat kepercayaan, ketekunan, pengamatan dan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan untuk memperkuat data yang ada.⁶⁴ Adapun triangulasi yang digunakan yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Seperti membandingkan data dengan hasil pengamatan wawancara, yakni membandingkan data dengan apa yang dikatakan baik secara umum atau secara

⁶⁴Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Depok: Rajawali Press, 2019), hlm. 168.

pribadi dengan apa yang dilihat.

2. Triangulasi Metode

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, kemudian dicek dengan observasi dan dokumentasi.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun urutan data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Analisis data yang dilaksanakan secara kualitatif. Langkah-langkah dilaksanakan dalam pengolahan data kualitatif adalah:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal yang penting. Data hasil mengikhtiarkan dan memilah-milah berdasarkan satuan konsep, tema dan kategori tertentu akan memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan juga mempermudah peneliti untuk mencari kembali data sebagai tambahan atas data sebelumnya yang diperoleh jika diperlukan.

Dengan demikian reduksi data dalam penelitian ini akan memberikan

gambaran yang lebih jelas serta mempermudah bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya mengenai bauran pemasaran tabungan IB Martabe *Wadiah* di PT. Bank Sumut cabang syariah sibolga

2. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga mempermudah peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih serta lebih mudah dipahami sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan-kesimpulan yang diambil terhadap data yang akurat.

3. Penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan sementara perlu diverifikasi. Teknik yang dapat digunakan untuk memverifikasi adalah triangulasi sumber data dan metode, diskusi teman sejawat, dan pengecekan anggota.⁶⁵

⁶⁵V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), hlm. 35.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

1. Sejarah Singkat PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Sejarah Perusahaan PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada tanggal 04 Desember 1961 dengan akte notaris Rusli no. 22 dalam bentuk perseroan terbatas dan diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) berdasarkan Undang-Undang No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai perda TK. I Sumatera Utara No. 5/1965 dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk.I dan Pemda Tk. II se-Sumatera Utara.⁶⁶ Berdasarkan pada awal berdirinya BPDSU ini pengelolaan dilakukan dengan sederhana dan dilengkapi dengan badan-badan dewan pengurus yang diketuai langsung oleh Gubernur Kepala Daerah Sumatera Utara dan Direksi adalah para wakil pemegang di kalangan Bank Sumut terutama sejak dikeluarkannya UU NO.10 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi bank konvensional yang mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997.

Selain bank umum yang membuka divisi Unit Usaha Syariah (UUS), bank konvensional seperti Bank Sumut juga berperan di dalamnya untuk membuka divisi usaha syariah, dimana pada awal

⁶⁶www.bankSumut.com, diakses pada tanggal 23 Februari 2022, Pukul 19.08 Wib.

perjalanannya bank syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun bank Sumut ikut ambil risiko dalam mengembangkan jasa perbankan syariah. Bank syariah merupakan lembaga usaha yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas pengelolaan keuangannya yang memiliki misi untuk mendapatkan hasil yang optimal dengan tidak diperbolehkannya adanya praktek riba dalam kegiatan transaksinya, menghindari pemberian pembiayaan pada usaha dan produk haram, dan berbagai kegiatan yang melanggar ketentuan syariah.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS) didasari dengan tingginya minat masyarakat provinsi Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah serta didorong dengan adanya mayoritas masyarakat yang beragama Islam. Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) mencatat jumlah penduduk di Sumatera Utara mencapai 15,18 juta jiwa per tanggal 30 Juni 2021 dan dari jumlah tersebut sebanyak 10,06 juta atau setara dengan 66,3% penduduknya beragama Islam.⁶⁷ Maka dari itu, masyarakat yang menjunjung nilai-nilai religius semakin menyadari akan pentingnya penerapan ajaran sesuai syariah dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah dalam aktivitas ekonomi.

Berdasarkan hasil survei menunjukkan bahwa delapan kota yang berada di Sumatera Utara memiliki masyarakat yang

⁶⁷Kementerian Dalam Negeri (kemendagri), "Jumlah Penduduk Sumatera Utara Menurut Agama Per 30 Juni 2022, diakses pada tanggal 19 september 2023, pukul 21.10.

ketertarikannya tergolong tinggi terhadap produk dan jasa perbankan syariah. Ketertarikan terhadap produk dari perbankan syariah mencapai 70% dan untuk ketertarikan dalam mendapatkan berbagai layanan perbankan syariah lebih dari 50%, atas dasar tingginya minat masyarakat terhadap perbankan syariah tersebut maka Bank Sumut berinisiatif untuk membuka Unit Usaha Syariah (UUS) dengan dua Kantor Cabang Syariah (KCSy) yang berlokasi di Medan dan Padang Sidempuan sesuai izin dari BI NO.6/DPIP/PRZ/Mdn pada tahun 2004 silam. 5 Pada tanggal 26 Desember 2005 Bank Sumut membuka KCSy Tebing Tinggi dan dilanjutkan dengan pembukaan KCSy Stabat pada tahun 2006 dengan tanggal dan bulan yang sama dengan tahun sebelumnya kemudian pada tanggal 1 Oktober 2010 Bank Sumut kembali melebarkan sayapnya hingga membuka KCSy Sibolga.

2. Ruang Lingkup Badan Usaha

Tata cara beroperasi Bank Syariah pada umumnya dan Bank Sumut Syariah khususnya mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadist. Prinsip usaha syariah ini menjadi panduan dalam menetapkan fitur-fitur produk Bank Sumut Syariah, baik itu produk penghimpun dana maupun produk pembiayaan. Kegiatan operasional di Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga telah didukung oleh sistem operasional *OLIB'S* syariah dalam menjalani operasional perbankannya sehari-hari. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga menggunakan sistem operasional perbankan yang menganut prinsip syariah.

Pada sistem operasional Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga pemilik menanamkan tugasnya di Bank dengan motif pendapatan uang, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dana dalam bentuk modal usaha dengan perjanjian keuntungan yang telah di sepakati.

3. Lokasi Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Alamat perusahaan tempat penulis melakukan magang terletak di Jl. Sisingamangaraja No. 8 Pancuran Gerobak, Sibolga Kota.

Gambar IV.1Lokasi Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga



4. Daerah Pemasaran Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Daerah pemasaran Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga berada di tiga lokasi, yaitu: Kota Sibolga, Tapanuli Tengah dan Tapanuli Utara.

B. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Setiap perusahaan didirikan pasti memiliki tujuan, untuk mewujudkan tujuan tersebut maka perusahaan terlebih dahulu membuat dan menetapkan visi dan misi kedepannya. Dengan visi dan misi suatu perusahaan telah

ditetapkan bertujuan untuk mengarahkan bagaimana menjalankan perusahaannya.

a. Visi

Visi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan dan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan tarafhidup rakyat

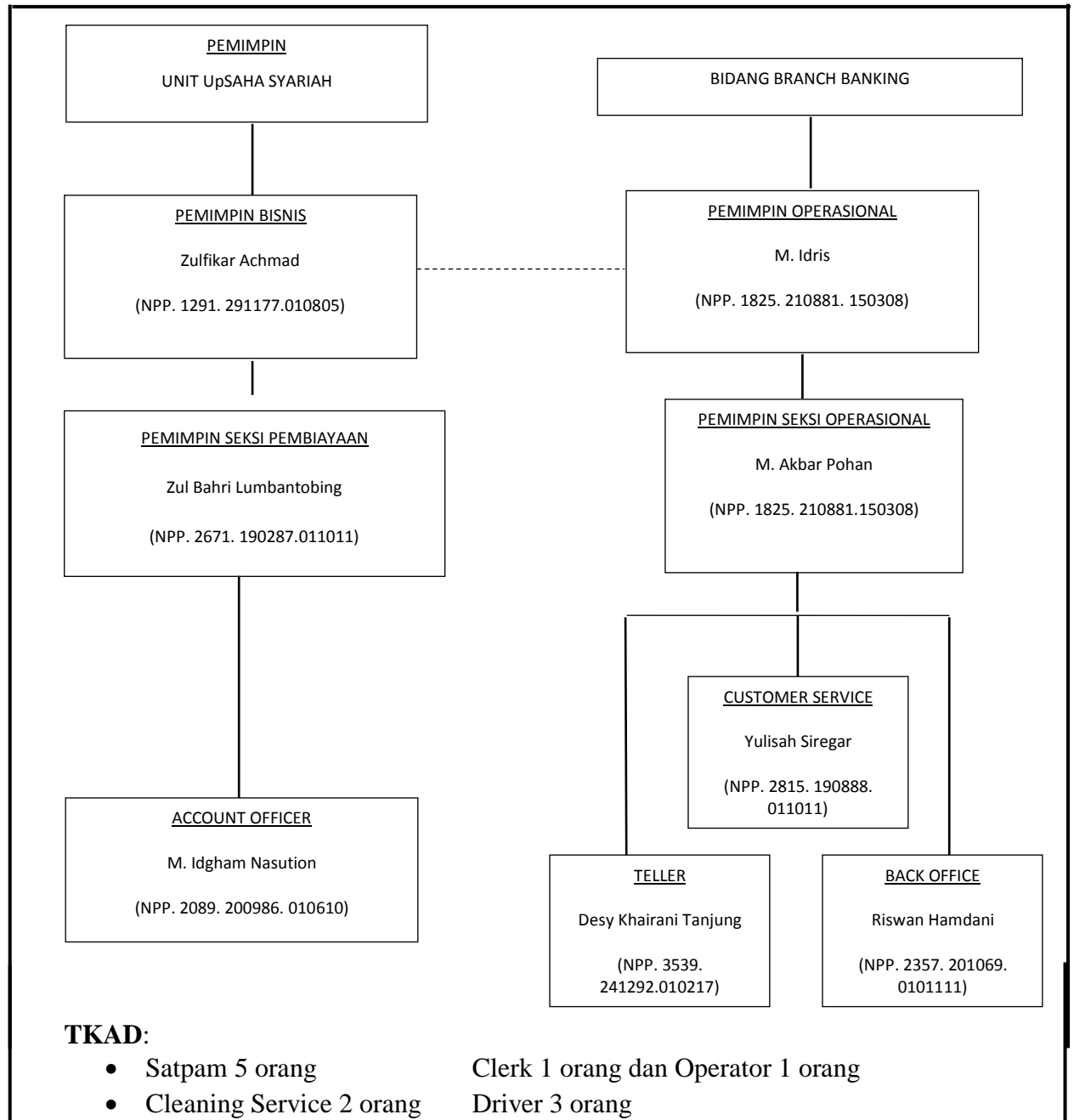
b. Misi

Misi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip- prinsip compliance (kepatuhan).

C. Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Struktur organisasi merupakan suatu garis yang mendeskripsikan berbagai komponen dari keanggotaan di dalam sebuah perusahaan atau lembaga dimana setiap individu memiliki posisi serta tugas dan fungsinya masing-masing.

Gambar IV.2 Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga



1. Prosedur Kerja

Adapun yang menjadi prosedur dalam pelaksanaan kerja dalam kegiatan magang di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah sebagai berikut:

a. Tata kelola pengarsipan dokumen rekening nasabah.

Penanggungjawab dalam prosedur kerja ini adalah Muhammad Akbar Pohan selaku Pemimpin Seksi Operasional dan Yulisah Siregar yang memegang jabatan sebagai *Customer Service* pada Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Kegiatan yang dilakukan adalah pengarsipan dokumen dan berkas lainnya. Arsip merupakan kegiatan penyusunan data atau dokumen yang bertujuan untuk mempermudah dalam penemuan ketika suatu waktu data atau dokumen dibutuhkan serta menjadi salah satu bukti pertanggungjawaban atas berkas yang disusun. Adapun tata cara dalam penyimpanan arsip adalah sebagai berikut:

- 1) Memeriksa kelengkapan dokumen atau warkat nasabah.
- 2) Pemberian klasifikasi sesuai dengan tabungan nasabah dan melakukan pencatatan arsip.
- 3) Pembuatan kode produk, nama produk, dan penomoran pada ordner. Hal ini bertujuan agar dokumen atau warkat mudah ditemukan ketika melakukan pencarian.
- 4) Penyimpanan arsip ke dalam *ordner* dan *filling cabinet*.

2. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja

Tenaga Kerja di Bank Sumut Cabang Syariah berjumlah 21 orang yang terdiri dari Pemimpin Cabang, Pemimpin Operasional, Pemimpin Seksi Operasional, Pemimpin Seksi Pembiayaan dan Pemasaran dana, *Teller, Account Officer, Customer Service, Back Office*, Satpam, *Driver, Office Boy* dengan jam kerja pada hari Senin s/d Jumat Pukul 08.00 s/d 17.00.

D. Produk dan Layanan Jasa PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

1) Produk penghimpunan Dana

a) Tabungan *Marhamah*

Tabungan *Marhamah* berdasarkan Fatwa Majelis Ulama No./DSN-MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M. Tabungan *marhamah* berdasarkan prinsip *Muḍārabah Muthlaqah* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (*ṣāhibulmāl*) dan Bank sebagai pengelola (*muḍārib*).

b) Tabungan *Marwah*

Bank Sumut Syariah mempunyai produk *Marwah* yang berprinsip *Yad Ad-Dāmanah* (titipan dana) yang berdasarkan Majelis Ulama Indonesia Nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M. Bank tidak menguragi saldo tabungan milik nasabah kecuali dengan persetujuan penabung untuk tujuan tertentu.

Selain itu, Tabungan *Marwah* bebas biaya administrasi bulanan. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan setiap saat di seluruh Bank Sumut secara *online*. Bank tidak memberikan bagi hasil kepada penabung tetapi memungkinkan untuk diberikan bonus namun tidak dijanjikan di awal kesepakatan.

Saldo tabungan dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan.

a) Giro

(1) Simpanan Giro *Wadiah*

Bank Sumut memilih produk *Wadiah* yang berprinsip *Wadiah Yad Ad-Dāmanah* (titipan murni) yang berdasarkan Fatwa MUI No.01/DSN-MUI/IV/2000 Tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M. Pada produk *Wadiah* ini, nasabah menitipkan dana pada Bank Sumut Syariah dan dipergunakan dana tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu nasabah membutuhkannya. Saldo Giro *Wadiah* dapat dijadikan jaminan pembiayaan. Nasabah dapat menarik dananya setiap saat dengan menggunakan Cek dan Bilyet Giro diseluruh unit kantor secara online.

(2) Giro *Muḍārabah*

Bank Sumut Syariah mempunyai produk Giro *Muḍārabah* yang berlaku sejak 29 juni 2012. Pada produk Giro *Muḍārabah* ini nasabah menitipkan dananya pada Bank Sumut Syariah dengan menggunakan akad *Muḍārabah*. Kemudian

pihak Bank akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu dibutuhkan. Atas penggunaan dana tersebut nasabah memperoleh bagi hasil dengan perolehan nisbah antara nasabah dengan Bank sebesar 25% :75%.

Saldo Giro *Muḍārabah* dapat dijadikan jaminan dengan menggunakan Cek dan Bilyet Giro di seluruh unit kantor Bank Sumut secara *online*.

(3) Deposito Ibadah *Muḍārabah*

Investasi berjangka yang aman dengan bagi hasil yang menguntungkan dan akan terus tumbuh. Deposito ibadah berdasarkan Fatwa DSN-MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M. Dengan prinsip *MuḍārabahMuthlaqah* deposito ibadah akan mengelola dana investasi nasabah sebagai investasi berjangka yang akan terus tumbuh dengan aman, berkah dan menguntungkan.

(4) Tabungan Haji Makbul

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan Haji dan Umroh.

2) Produk Pembiayaan

a) Pembiayaan Modal Kerja

- (1) IB modal kerja dengan akad *Muḍārabah* adalah akad kerjasama antara Bank sebagai pemilik dana penuh (100%) dengan nasabah sebagai pengelola dana (memiliki keahlian) untuk melaksanakan usaha tertentu dimana pembagian keuntungan/bagi hasil dihitung dengan metode bagi untung dan rugi atau metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Jangka waktu pembagian pokok pembiayaan dan pembagian keuntungan bagi hasil maksimal 60 bulan.
- (2) IB Modal Kerja *Musyarakah*, IB modal kerja dengan akad *musyarakah* adalah akad kerjasama antara bank dengan nasabah yang sama-sama memiliki modal dalam mengelola usaha tertentu, dimana pembagian keuntungan/bagi hasil dihitung dengan metode bagi untung dan rugi/ metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Jangka waktu pengembalian pokok pembiayaan dan pembagian keuntungan bagi hasil maksimal 60 bulan.
- (3) Pembiayaan IB Multiguna, Pembiayaan IB Multiguna dengan akad *Muḍārabah* adalah jual beli atas sesuatu barang dengan harga yang disepakati diawal pada akad,

dimana Bank menyebutkan harga beli dan margin keuntungan Bank. Produk pembiayaan ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha untuk investasi pengadaan barang modal dan lahan seperti lahan perkebunan. Selain untuk investasi produk ini juga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, misal pembelian/merenovasi rumah, membeli kendaraan bermotor, dan sebagainya. Jangka waktu pembiayaan dapat disesuaikan dengan kemampuan nasabah untuk membayar angsuran setiap bulannya. Jangka waktu maksimal 60 bulan/5 tahun.

- (4) Pembiayaan IB Talangan Haji, pembiayaan dana talangan haji adalah pinjaman tanpa imbalan yang diberikan oleh bank pada nasabah sebagai dana talangan untuk dapat memperoleh nomor porsi haji melalui Sistem Komputer Haji Terpadu (SISKOHAT), yang mana nasabah dapat mengembalikan pinjaman secara angsuran maksimum 36 bulan/ 3 tahun.

3) Produk jasa

a) ATM Syariah

ATM Syariah adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah tabungan iBMartabe bagi hasil untuk memudahkan dalam melakukan transaksi penarikan uang tunai, transfer antar

cabang bank Sumut dan bank lainnya. Selain itu, ATM Syariah juga dapat digunakan untuk pembayaran telepon, telkom *speedy*, flexi, pembelian pulsa, pembayaran tagihan handphone bahkan untuk membeli tiket pesawat.

E. Hasil Penelitian Wawancara Bauran Pemasaran Tabungan IB Martabe *Wadiah* Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

Bauran pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana bauran pemasaran merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan agar produknya dikenal dan diminati. Hal ini juga yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga merupakan suatu lembaga yang bergerak dibidang keuangan berbasis syariah. PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat baik itu dalam bentuk simpanan tabungan, giro atau deposito, salah satu produk yang dipasarkan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga yaitu Tabungan IB Martabe *Wadiah* yang dimana tabungan ini merupakan salah satu produk tabungan yang berdasarkan prinsip *Wadiah Yad Ad-Dāmanah* (titipan dana).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yulisah Siregar yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Customer Service*, Ibu Yulisah Siregar mengungkapkan bahwa:

“Produk tabungan ib martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah simpanan dimana PT. Bank Sumut Cabang

Syariah Sibolga sebagai penyimpan dana (Mustawada) dan masyarakat atau anggota sebagai penitip (Muwaddi) menggunakan akad Wadiah yad dhamamah sebagai kesepakatan simpanan dan manfaat atas harta yang dititipkan. Fungsi dari simpanan itu sendiri bagi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga karena menggunakan akad Wadiah yad dhamamah maka pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga berhak memanfaatkan harta simpanan tersebut untuk usaha produktif dan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga berhak atas keuntungan yang di dapatkan atas pemanfaatan harta yang dititipkan. PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga dapat memberikan bonus kepada penitip harta maupun tidak ada ketentuan atau kesepakatan yang mewajibkan atas bonus yang diberikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.⁶⁸

PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga yang memiliki produk tabungan dengan kemudahan bertransaksi dan tidak adanya biaya administrasi bulanan, maka produk tabungan ib martabe *Wadiah* yang dimiliki PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga memiliki klasifikasi yang cukup untuk memuaskan keinginan nasabah dalam mempercayai PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai fasilitas Penyimpanan dananya.

PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melakukan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) 7P yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*).

1. Produk (*Product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dalam lembaga keuangan syariah seperti bank, berarti segala sesuatu yang

⁶⁸Yulisah siregar, Customer Service, wawancara, (sibolga, 06 september 2023, pukul 16.00 WIB)

dapat ditawarkan kepada nasabah. Produk tersebut dapat berupa simpanan, produk pembiayaan, dan jasa perbankan lainnya.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Idgham Habib yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer*. Bapak M. Idgham Habib mengatakan:

*“Dalam melakukan kegiatan pemasaran produk tabungan, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melakukan beberapa hal sebagai berikut: 1) Menentukan manfaat dan keunggulan produk Tabungan IB martabe Wadiah. PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga ini merupakan simpanan yang diperuntukan untuk setiap orang dan kelompok, yang mana tabungannya kapan saja dapat diambil, mudah, aman, dan dikelola secara syariah. 2) menentukan Nama atau Merek, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga menciptakan merek pada produk Tabungan IB martabe Wadiah atau bisa disingkat tabungan marwah. Tujuan dilakukannya menciptakan merek pada produk adalah agar memudahkan nasabah untuk mengingat produk tabungan tersebut.”*⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yulisah Siregar yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Customer Service*, Ibu Yulisah Siregar ungkapkan bahwa:

*“menentukan nama pada suatu produk adalah hal penting yang perlu dipertimbangkan, dengan nama atau merk suatu produk yang mudah diingat dan sesuai dengan kegunaannya tentu saya sebagai Customer Service yang tiap harinya berkomunikasi langsung dengan nasabah akan lebih mudah menjelaskan produk kepada para nasabah”*⁷¹

⁶⁹Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategis Di Era Global*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), hlm. 28

⁷⁰M. Idgham Habib, *Account Officer, Wawancara*, (Sibolga, 06 September 2023, Pukul 08.30)

⁷¹Yulisah siregar, *Customer Service, wawancara*, (sibolga, 06 september 2023, pukul 16.00 WIB)

2. Harga (*Price*)

Strategi harga dalam perbankan ini berkenaan dengan penempatan suku bunga, biaya, dan cara pembayaran. Nasabah dalam memilih produk perbankan akan melihat unsur harga dan manfaatnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yulisah Siregar yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Customer Service*, Ibu Yulisah Siregar ungkapkanbahwa:

“Harga yang ditetapkan untuk mendapatkan pelayan produk tabungan ib martabe Wadiah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, calon nasabah digratiskan dalam biaya administrasi buka tabungan, dengan setoran awal RP. 50. 000,-. “ dan Penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga terbilang cukup ringan karena nasabah digratiskan dalam pembukaan rekening dan tidak dikenai biaya bulanan serta setoran awal pembukaan rekening hanya Rp. 50.000,-. Saja PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga terkadang memberikan bonus kepada nasabah tabungan ib martabe Wadiah ini, Bonus diberikan tidak dijanjikan, tergantung banyaknya penghasilan yang didapatkan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga itu sendiri.”⁷²

3. Tempat/Lokasi (*Place*)

Dalam persaingan perbankan yang sangat ketat, maka menjadikan bauran pemasaran tempat sangatlah penting bagi kemudahan akses nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Idgham Habib yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer*. Bapak M. Idgham Habib mengatakan¹⁸:

⁷²Yulisah siregar, Customer Service, wawancara, (sibolga, 06 september 2023, pukul 16.00 WIB)

“Di dalam pemilihan strategi tempat, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga menjadikan salah satu kekuatan yang mendukung dalam memasarkan produknya, karena lokasi kantornya berada di area padat penduduk, dekat dengan pasar, dekat dengan terminal bus, dan banyak perkantoran di sekitar kantor PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga”⁷³

Sedangkan berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, lokasi kantor yang dipilih PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga ini mudah dijangkau dan strategis, karena dekat dengan jalan raya, dekat dengan pasar terminal, dekat dengan terminal bus, dan juga berdekatan dengan kantor-kantor.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Sarah selaku nasabah PT.

Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, mengatakan:

“Lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sangat mendukung dan juga strategis, karena lokasinya dekat dengan jalan raya, dan lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga mudah ditemukan dan diingat dikarenakan dekat dengan terminal bus”⁷⁴

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi sebagai unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang di daya gunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan meningkatkan tentang produk perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Idgham Habib yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer*. Bapak M. Idgham Habib mengatakan:

⁷³M. Idgham Habib, *Account Officer*, Wawancara, (Sibolga, 06 September 2023, Pukul 09.10)

⁷⁴Sarah, Nasabah, *Wawancara*, (Sibolga, 08 September 2023, Pukul 02.30)

“promosi yang kami lakukan kalau dulu kami ada kegiatan sosialisasi ke instansi, namun untuk sekarang kami hanya menggunakan brosur dan spanduk, kami juga ada Kerjasama dengan Lembaga-lembaga sosial dan Lembaga Pemerintahan yaitu Pemerintahan kota sibolga , dimana sebagian PNS (Pegawai Negri Sipil) yang ditempatkan di Kota Sibolga adalah nasabah kita dan jadi kami lebih mengandalakan kualitas dari nama Perusahaan, kami tidak terlalu memfokuskan khusus pada suatu produk tapi lebih ke branding, supaya masyarakat tau bank Sumut syariah itu ada dan untuk media social, masing masing cabang itu nggak bisa punya akun social media sendiri jadi cuman ada satu akun resmi dari pusat dan bagian khusus yang mengurus namun bukan bagian dari cabang, palingan hanya menggunakan akun social media milik pribadi para pegawai”⁷⁵

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yulisah Siregar yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Customer Service*, Ibu Yulisah Siregar ungkapkan bahwa:

” cara yang digunakan yang digunakan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga dalam mempromosikan produk tabungan ib martabe Wadiah yaitu dengan menggunakan media cetak seperti brosur, buletin dan papan iklan di tempat tempat yang mudah untuk dilihat, dan tentunya saya sebagai Customer Service juga mempromosikannya secara langsung kepada para nasabah , bukan Cuma saya tapi seluruh pegawai baik itu Satpam dan Cleaning Service di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan produk PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga”⁷⁶.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu sarah selaku nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, mengatakan:

“menurut saya untuk promosi yang dilakukan bank belum cukup optimal yah, saya saja orang sibolga ini belum tahu betul soal tabungan ini saya tahunya tabungan saja, setelah CS menjelaskan baru saya paham ternyata ada tabungan Wadiah dan mudharabah, mungkin

⁷⁵M. Idgham Habib, *Account Officer, Wawancara*, (Sibolga, 06 September 2023, Pukul 08.30)

⁷⁶Yulisah siregar, *Customer Service, wawancara*, (sibolga, 06 september 2023, pukul 16.00 WIB)

*bank Sumut syariah perlu membuat promosi khusus sehingga nasabah lain bisa tahu dan ikut menabung, seperti spanduk yang kurang meratahanya di beberapa tempat saja”.*⁷⁷

5. Orang (*People*)

Dalam bauran pemasaran jasa faktor orang (*people*) sangatlah penting. Orang yang memainkan peran dalam penyajian jasa sangat berpengaruh terhadap persepsi masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Idgham Habib yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer*. Bapak M. Idgham Habib mengatakan:

*“untuk karyawan semua karyawan ada masa pelatihan, jadi kami dituntut untuk mengerti dan paham akan pekerjaan yang kami tekuni yah, seperti di bank ini, saya terkadang ada kelas pelatihan khusus, customer servis juga bahkan para satpam juga, alasan Adaya pelatihan ini dilakukan guna memperluas wawasan para pegawai. Selain itu PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Kami juga memperhatikan kualitas pelayanannya. Untuk menjaga kualitas PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga membuat aspek budaya kerja. Budaya kerja sangatlah penting dalam melakukan kegiatan layanan operasional, sehingga dengan adanya aspek budaya kerja yang harus diterapkan pegawainya mampu menciptakan dan menjaga para nasabahnya.”*⁷⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu ayu Fitria zulmi selaku nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, mengatakan:

*“menurut saya karyawan disana sangat baik dan ramah dan mereka terlihat mengerti akan pekerjaan masing masing”*⁷⁹

⁷⁷Sarah, nasabah, wawancara, (sibolga, 08 september 2023, pukul 02.30 WIB)

⁷⁸M. Idgham Habib, *Account Officer*, Wawancara, (Sibolga, 06 September 2023, Pukul 08.30)

⁷⁹Ayu Fitria zulmi, nasabah, wawancara, (sibolga, 09 september 2023, pukul 16.30 WIB)

6. Proses (*Process*)

Proses merupakan prosedur dan mekanisme yang diberikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk calon nasabah yang hendak menggunakan layanan tabungan IBMartabe *Wadiah*, Strategi proses yang dilakukan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga dalam memberikan layanan pembukaan rekening tabungan sangatlah mudah dan cepat. Karena cukup membawa kartu identitas yang lengkap dan uang setoran diawal, maka nasabah dapat menyimpan uangnya di bank tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yulisah Siregar yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Customer Service*, Ibu Yulisah Siregar mengungkapkan bahwa:

*“Berhubungan dengan proses pelayanan, dalam penyelesaian menyetor dan membuka rekening tidak lama hanya sekitar 15 menit dan dapat di tunggu. Namun, ada saat-saat tertentu dimana nasabah lebih banyak dari biasanya. Pada saat itulah jumlah karyawan kurang dalam melayani nasabah, dan kurang efektifnya karyawan dalam melayani nasabah, akhirnya akan terjadi antrian yang cukup lama.”*⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu sarah selaku nasabah PT.

Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, mengatakan:

“pelayanan yang saya rasa bagus yah, para pegawainya juga ramah, cuman hari saya melakukan pembukaan rekening, nasabah cukup ramai jadi saya menunggu cukup lama”

⁸⁰Yulisah siregar, Customer Service, wawancara, (sibolga, 06 september 2023, pukul 16.00 WIB)

7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik suatu hal secara nyata yang turut mempengaruhi calon nasabah untuk menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Bukti fisik ialah suatu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan, sehingga bukti fisik dapat diartikan suatu yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak M. Idgham Habib yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai *Account Officer*. Bapak M. Idgham Habib mengatakan::

“Fasilitas fisik yang digunakan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga ini adalah, bangunan kantor tiga lantai, ruang tunggu yang nyaman dilengkapi dengan pengharum dan penyejuk ruangan, seperangkat komputer untuk para pegawai. Fasilitas fisik tersebut diberikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk memaksimalkan kinerja pegawainya, dan juga memberikan kenyamanan serta kepuasan bagi nasabahnya. PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga mengembangkan sistem keuangan berbasis Mobile System Transaction (MST), sehingga akan dapat melayani transaksi diluar kantor dengan Real Time juga. kami juga telah mengembangkan sistem informasi SDM, untuk sistem pengelolaan karyawan termasuk dapat menampilkan laporan dari database SDM. Seperti laporan presensi dan kegiatan SDM, setiap periodik, sehingga memudahkan bagian HRD untuk melakukan pengelolaan SDM”⁸²

⁸¹Huriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Jakarta: Persada, 2016), hlm. 124

⁸²M. Idgham Habib, *Account Officer, Wawancara*, (Sibolga, 06 September 2023, Pukul 08.30)

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Siti Sarah selaku Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga beliau mengatakan:

“menurut saya lingkungan fisik bank Sumut syariah ini cukup bagus, dengan perlengkapan pelayanan yang lengkap seperti wc untuk nasabah, parkirannya walaupun parkirannya cukup sempit namun ini sudah terbilang bagus dan nyaman, namun untuk saya yang sering menggunakan mesin ATM, bentuk fisik yang kurang memuaskan adalah mesin ATM yang sering kali rusak sehingga terkadang saya dan juga nasabah lain harus mencari mesin atm lain”⁸³

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence*, belum optimal dilakukan karena masih terdapat beberapa permasalahan dalam memasarkan produk tabungan yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. Berikut permasalahan yang terjadi dan hasil yang diperoleh oleh peneliti sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Dari segi produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah dan sesuai teori yang ada yaitu: barang adalah baik berwujud maupun tidak, baik bergerak maupun tidak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat diperdagangkan, dipakai dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen. Tetapi, ada sedikit permasalahan pada produk tabungan IB Martabe *Wadia* yaitu produk tabungan IB Martabe *Wadia* tidak begitu diminati oleh nasabah dan masih banyak masyarakat,

⁸³Sarah, nasabah, wawancara, (sibolga, 06 september 2023, pukul 12.00)

disebabkan dalam produk ini tidak ada bagi hasil, tetapi cuma bonus saja yang diberikan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, dan bonus tersebut pun tidak ditetapkan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga nominalnya berapa. Jadi, masyarakat menganggap tidak ada keuntungan dari produk tabungan IB Martabe *Wadiah* tersebut. Seharusnya pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melakukan diskon produk dan menetapkan nominal bonus sehingga akan lebih menarik minat nasabah menggunakan produk yang diberikan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga kepada nasabah. Agar nasabah tertarik menggunakan produk tabungan IB Martabe *Wadiah* tersebut.

2. Harga (*Price*)

Dari segi harga tidak terdapat permasalahan karena harga sesuai dengan yang ditetapkan oleh kantor pusat dan sejalan dengan nasabah kemudian sesuai dengan yang diterapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga. tabungan IB Martabe *Wadiah* ini dikeluarkan untuk masyarakat kelas menengah, mahasiswa, para pelajar maupun konsumen yang menginginkan tabungan yang memiliki biaya administrasi yang rendah, untuk mempertahankan produknya agar tetap diminati PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

Harga ataupun biaya administrasi awal untuk tabungan IB Martabe *Wadiah* Menyerahkan setoran awal minimal Rp. 50.000,-. Setoran berikutnya minimal Rp. 20.000,-. tanpa dikenakan biaya

adminisrasi bulanan.. Peneliti terdahulu Ricky Rainaldo Al Hafid juga menjelaskan bahwa tabungan *Wadiah* memiliki keuntungan dari aspek biaya pembuatan yang murah, sementara itu tabungan IB Martabe*Wadiah* pada PT. Bank Sumut Syariah dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan, pembelian dan pembayaran melalui ATM. Hal ini diharapkan dapat menarik minat sasaran pasar untuk menggunakan produk IB Martabe*Wadiah*.

3. Tempat/Lokasi (*Place*)

Dari hasil wawancara dengan Bapak zulkifli achmad dan ibu sarah serta hasil observasi atau pengamatan peneliti, dari segi lokasi juga tidak ada permasalahan karena letak kantornya yang strategis, yaitu:

- a. Akses mudah dijangkau karena berada dekat dengan pusat kota, dekat dengan perkantoran dan dekat juga dengan pasar yang merupakan pusat perekonomian serta dekat dengan sekolah-sekolah

4. Promosi (*Promotion*)

Peneliti terdahulu Ahmad Syahrizal dan Heru Setiawan dalam jurnalnya yang berjudul “Strategi Pemasaran Tabungan Wadi’ah Simpatik pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal” menyatakan dengan bersosialisasi secara langsung dengan masyarakat ataupun para pelajar akan lebih mudah dalam mengenalkan produk yang di pasarkan, begitu juga dengan karyawan PT. Bank Sumut

Cabang Syariah Sibolga. dalam memasarkan produknya para karyawan akan terjun ke lapangan untuk memasarkan produknya, mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada di sekolahs ekolah dan juga di lingkungan masyarakat.

Jamiah Harahap dalam jurnalnya yang berjudul Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB MartabeWadiah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Prof. HM Yamin menyatakan bahwa, agar produknya di kenal dan diminati oleh nasabah, pihak bank menguatkan pandangan dalam hal promosi. Begitu juga PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, dalam memasarkan produknya dilakukan pendekatan dan juga kerjasama terhadap masyarakat, lembaga sosial dan lembaga kenegaraan.

Namun terdapat beberapa kesalahan yang harus diperbaiki dan dikembangkan menurut peneliti, yaitu:

- a. Promosi yang dilakukan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga masih kurang tepat sasaran. Karena banner atau spanduk PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga hanya berada di beberapa tempat.
- b. Kurangnya sosialisasi karna pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga sekarang tidak melakukan sosialisasi khusus lagi, harusnya pihak bank masih menggunakan media sosialisasi karena itu merupakan hal yang sangat penting dalam segi promosi

- c. Dari segi media karena Perusahaan cabang tidak memiliki akun , hanya satu akun resmi yang dimana itu hanya dikelola oleh pusat sehingga promosi yang harusnya akan lebih baik jika Perusahaan cabang seperti PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga memiliki akun untuk memasarkan produknya.
- d. Dari segi penjualan pribadi, kurangnya komunikasi dengan konsumen atau masyarakat sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui produk di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

5. Orang (*People*)

Dari segi karyawan tidak ada permasalahan karena karyawan menggunakan pakaian yang telah di tetapkan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, sehingga terlihat seragam dan rapi, serta dalam melayani nasabah sangat baik, ramah, dan sopan. Namun, dari segi pelayanan karyawan disaat nasabah terlalu banyak, maka pelayanan karyawan pun terlihat terlambat melayani nasabahnya. Seharusnya pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melakukan penambahan karyawan untuk mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah, sehingga nasabah pun merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

6. Proses (*Process*)

Dari segi proses tidak ada terjadi permasalahan, dalam pembukaan Tabungan IB Martabe *Wadiah* hanya menggunakan KTP

dan mengisi formulir pembukaan rekening, sesuai dengan perencanaannya

hanya saja jumlah karyawan kurang ketika melayani nasabah yang banyak, tetapi dalam setiap transaksi selalu memberikan kemudahan, keamanan dan kenyamanan untuk para nasabahnya. Namun ada saat-saat tertentu, dimana nasabah lebih banyak dari biasanya. Pada saat itulah karyawan kurang dalam melayani nasabah dan kurang efektif, akhirnya akan terjadi antrian yang cukup lama. Jadi dalam hal ini karyawan harus lebih efektif lagi dalam melakukan pelayan kepada nasabah. Sehingga nasabah pun merasa nyaman dan senang terhadap pelayanan yang dilakukan dan kemudian citra perusahaan akan dianggap baik oleh nasabah.

7. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Dari segi bukti fisik tidak terdapat kesalahan yang terjadi yaitu dimana tersedianya mesin ATM , parkir, penyejuk ruangan, bangku tunggu dan lain sebagainya, namun untuk mesin atm di bank sumut cabnag syariah sibolga sering kali mengalami kerusakan jaringan sehingga para nasabah harus mencari tempat lain untuk melakukan transaksi

G. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih

menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian tersebut antara lain:

1. Objek penelitian hanya difokuskan pada strategi pemasaran tabungan IB Martabe *Wadiah*
2. Ada beberapa informan yang kadang tidak bersedia untuk melakukan wawancara dengan alasan tidak mau direkam atau di videokan dan mereka juga tidak berani mengemukakan pendapat mereka.
3. Hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan peneliti dari hal pengetahuan, di samping itu peneliti belummemiliki pengalaman dalam menulis karya ilmiah terutama dalam pekajian teori, pengamatan, dan pengolahan data. lebih menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian tersebut antara lain:

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, bauran pemasaran yang digunakan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga yaitu
 - a. dari segi produk, permasalahannya adalah tidak adanya penetapan nominal bonus yang dilakukan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.
 - b. dari segi harga, tidak terdapat permasalahan karena harga sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah.
 - c. Dari segi lokasi tidak ada masalah karena, lokasinya sangat strategis.
 - d. dari segi promosi, terdapat masalah yaitu, Promosi yang dilakukan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga masih kurang tepat sasaran. Mulai dari Kurangnya sosialisasi karna pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga sekarang tidak melakukan sosialisasi khusus lagi.
 - 1) Dari segi media karena Perusahaan cabang tidak memiliki akun , hanya satu akun resmi yang dimana itu hanya dikelola oleh pusat sehingga promosi yang harusnya akan lebih baik jika Perusahaancabang seperti PT. Bank Sumut Cabang

Syariah Sibolga juga memiliki akun untuk memasarkan produknya.

- 2) Dari segi penjualan pribadi, kurangnya komunikasi dengan konsumen atau masyarakat sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui produk di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.
- e. Dari segi orang, permasalahannya yaitu kurangnya pelayanan karyawan disaat nasabah terlalu banyak dan seharusnya pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melakukan penambahan karyawan untuk kepuasan pelayanan.
- f. dari segi proses, tidak ada permasalahan.
- g. Serta dari segi bukti fisik, terdapat permasalahan yaitu ATM yang sering kali mengalami kerusakan, yang dimana nasabah tak kala harus mencari dan menggunakan mesin ATM di tempat lain.

B. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dan bisa dikembangkan menjadi lebih sempurna. Serta, bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

2. Bagi pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang lebih bagus dan berkualitas serta mampu memberikan gambaran

secara jelas tentang bauran pemasaran sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dan terlaksana dengan sebaik-baiknya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Abdul Ghofur Anshari, "Perbankan Syariah Indonesia", Yogyakarta : UGM Press, 2018.
- Afrizal, Metode Penelitian Kualitatif, Depok: Rajawali Press, 2019.
- Andrian, Perbankan Syariah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum, Bogor: Ghalia Indonesia, Tahun 2009.
- Bambang Wiharto, Manajemen Pemasaran, EKMA 5206 manajemen pemasaran, edisi 2. Tangerang selatan: Universitas terbuka, 2019 .
- Danang Sunyoto, Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus, Yogyakarta: caps, 2014.
- Deddy Mulyana, metodologi penelitian kualitatif Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002.
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2012.
- Fandi Tjiptono, Strategi Pemasaran Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Hardani, dkk., Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif, Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Grub, 2020.
- Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.
- Huriyanti, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Jakarta: Persada, 2016.
- Husein Umar, Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Ikatan Bankir Indonesia, Mengelola Kredit Secara Sehat, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Irham Fahmi, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi, Bandung : Alfabeta, 2014.
- Ismail ,Perbankan syariah Jakarta : Putra Utama, 2011.
- Ismail, Perbankan Syariah, Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Joko Subagyo. Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek Jakarta: Rineka Cipta.2013
- Kasmir, Manajemen Perbankan Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015.
- Kasmir, Manajemen Perbankan, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Kasmir, Pemasaran Bank Edisi Revisi. Cet 4. Jakarta: Kencana, 2014.

- Kementrian Agama RI, (2020), Al-Quran Dan Tajwid Dan Terjemahan, Bandung, Al-Quran Al Qosbah.
- Kotler, Philip, Keller, Kavinlane, Managemen pemasaran, Jakarta : Erlangga, 2009
- Mahmud Mahfoedz, Pengantar Pemasaran Modern, Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, Jakarta: Kencana, 2014.
- Muhammad, Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Muhammad, System Bagi Hasil dan Prancing Bank syariah , Yogyakarta : PT. Grafindo, 2018.
- Nana Herdiana Abdurahman, Manajemen Strategi Pemasaran Bandung: Pustaka Setia, 2018.
- Nofinawati, Perbankan Syariah, Edisi Pertama Jakarta : Kencana, 2020.
- Pandji Anoraga, Manajemen Bisnis, Jakarta: Rineka Cipta, 2016 .
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Klaten: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Phillip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi XII, Jakarta : Erlangga, 2008
- Rizal Achmad, Manajemen Pemasaran Jawa Timur: Pustaka Setia, 2017
- Saifuddin Azwar, Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016
- Sofja Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar, Jakarta: Bumi Insani, 2013
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi , Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004
- Sudaryono, Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi, Jakarta: Graha Ilmu, 2014
- Suryani, Manajemen Pemasaran Strategis Di Era Global, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016
- Sutapa Ketut, Strategi Pemasaran, Bali : Rineka Cipta, 2016
- V. Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021
- Veithzal Rivai, dkk., Bank and financial Institution Managemen Genventional & Sharia System, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014
- Wahyu Purhantara, Metode Penelitian kualitatif Untuk Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010

Wahyu Purhantara, Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010

Yudhi Oscarius, Manajemen Pemasaran, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2017

Sumber Jurnal:

Abdul Nasser Hasibuan, "Strategi Pemasaran Produk Funding Di Pt.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan," Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam 2, no. 1 30 Juni 2018, <https://doi.org/10.31958/imara.v2i1.1032>.

Ahmad Syahrizal Dan Heru Setiawan. "Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal," Jurnal Ekonomi islam 2, no 2, 2019

Arnold, Putri Wahyuni, Pinondang Nainggolan, and Darwin Damanik. 'Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari.' Jurnal Ekuilnomi 2, no. 1 2020.

Fauzan, Moh, Ubay Harun, and Sofyan Bachmid.(2018) "Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu." Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah 1.1

Habiburrohman Mo'ien dan Bahrur Rosi, "Strategi Dakwah Analisis Buku 'Robohnya Dakwah Di Tangan Dai' Karya Fathi Yakan," DA'WA: Jurnal Bimbingan Penyuluhan & Konseling Islam 2, no. 1 2 September 2022, <https://doi.org/10.36420/dawa.v2i1.153>.

Kementerian Dalam Negeri kemendagri , "Jumlah Penduduk Sumatera Utara Menurut Agama Per 30 Juni 2022, diakses pada tanggal 19 september 2023, pukul 21.10.

Mifthahul Jannah and Farid Fathony Ashal, "Analisis Penerapan Bauran Pemasaran Marketing Mix Berbasis Syariah Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Produk Nozy Juice Di Kota Banda Aceh," JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance. 1, no. 1 April 21, 2019, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/4611>.

Nurul, fariza, "strategi service excellent pada pendanaan syariah di bank sumut kantor cabang pembantu syariah stabat", jurnal peneliian administrasi public 3,no 3 2022.

Rahayu, Sri, Irfan Sudahri Damanik, and M. Fauzan. (2021) "Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Pengadilan Negeri Simalungun Menggunakan Metode Algoritma C4. 5." Jurasik (Jurnal Riset Sistem Informasi dan Teknik Informatika) 6.1 .

Sarmiana Batubara Dan Afriani Nasutio, "Strategi Pemasaran dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan," AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam 3, no. 2, 2 Desember 2021, <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i2.7237>.

Sumber Lainnya :

Jamiah Harahap, "Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabewadi'ah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Prof. HM Yamin", skripsi, medan: UIN Sumatera Utara,2018.

Nurul fitria, "strategi pemasaran produk di PT. SENTRAL 88 Kota Parepare perspektif manajemen syariah ", Skripsi Parepare: IAIN Parepare, 2019.

Muhammad Ainur Rifqi, "Muhammad Ainur Rifqi, "Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang", skripsi, Semarang: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018

Ricky Rainaldo Al Hafid, "Analisis Komparatif Produk Tabungan Wadi'ah Yad

Rima Nasution, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Rencana Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan", skripsi, padangsidempuan:IAIN padangsidempuan,2020

CURICULUM VITAE

(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : Rika Suryandari Panggabean
Nim : 1940100195
Tempat, Tanggal Lahir : Muara Bungo, 25 Maret 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 1 Dari 4 Bersaudara
Alamat : Garoga, Kec. Batangtoru, Kab Tapanuli Selatan
No. Hp : +6281263394581
Email : Rikapanggabean56@Gmail.Com

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Muhammad Syawal Panggabean
Tanggal Lahir : 02 Februari 1975
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Bunga Maria Simamora
Tanggal Lahir : 17 April 1976
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2007-2013 : SD Negeri No. 156307 Anggoli 2
Tahun 2013-2016 : MTSN 1 Batangtoru

Tahun 2016-2019 : SMA Negeri 1 Sibabangun

Tahun 2019-sekarang : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidimpuan

**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB MARTABE
WADIAH DI PT. BANK SUMUT CABANG
SYARIAH SIBOLGA**

Pedoman Wawancara

**Informan : Pegawai BSS, Nasabah
Daftar Pertanyaan Pegawai BSS**

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Jabatan :

Pedoman wawancara dengan karyawan mengenai strategi pemasaran produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah sebagai berikut:

1. Apa itu tabungan ib martabe wadiah?
2. Berapa jumlah nasabah tabungan IB Martabe Wadiah dari tahun 2019 sampai tahun 2023?
3. Seperti apa bauran pemasaran produk tabungan IB Martabe Wadiah yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
4. Bagaimana cara PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk memberikan informasi tentang produk tabungan IB Martabe Wadiah kepada nasabah?
5. Siapa saja yang dilibatkan dalam memasarkan produk tabungan IB Martabe Wadiah?
6. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
7. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
8. Lokasi yang bagaimanakah yang dipilih oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk memasarkan produknya dan apakah yang menjadi alasan memilih lokasi tersebut?

9. Bagaimana prosedur untuk menjadi nasabah produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
10. Apakah bentuk fisik yang mencakup gedung dan kantor dimiliki PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan?

Daftar Pertanyaan Pihak Nasabah

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pedoman wawancara dengan nasabah mengenai strategi pemasaran produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah sebagai berikut:

1. Apa alasan saudara/i menggunakan produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
2. Darimana saudara/i mengetahui tentang tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
3. Produk apa saja yang saudara/i gunakan pada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
4. Apakah produk tabungan tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan oleh saudara/i?
5. Apa kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan produk tabungan IB Martabe Wadiah menurut saudara/i?
6. Apa saja manfaat yang saudara/i peroleh dari penggunaan produk tersebut?
7. Bagaimana pendapat saudara/i mengenai promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
8. Apakah lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga strategis menurut saudara/i?

9. Bagaimana penilaian saudara/i mengenai karyawan yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
10. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
11. Bagaimana prosedur untuk menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
12. Bagaimana penilaian saudara/i mengenai lingkungan fisik dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Pedoman Observasi

1. Bagaimana sejarah singkat berdirinya PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
2. Apa saja visi dan Misi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
3. Seperti apa struktur organisasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?
4. Apa saja produk-produk yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Pembimbing Wawancara

M. Fauzan, M.E.I
NIP.198904040 202012 1 009

**Hasil Wawancara Peneliti Dengan Bapak M. Idgham Habib yang
merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang
Syariah Sibolga sebagai *Account Officer***

11. Berapa jumlah nasabah tabungan IB Martabe Wadiah dari tahun 2019 sampai tahun 2023?

Jawaban: “ *untuk jumlah nasabah nanti saya kirimkan yah*”

12. Bagaimana cara PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk menciptakan produk tabungan IB Martabe Wadiah sehingga lebih dikenal masyarakat?

Jawaban: “*Dalam melakukan kegiatan pemasaran produk tabungan, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga melakukan beberapa hal sebagai berikut: 1) Menentukan manfaat dan keunggulan produk Tabungan IB martabe wadiah. PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga ini merupakan simpanan yang diperuntukan untuk setiap orang dan kelompok, yang mana tabungannya kapan saja dapat diambil, mudah, aman, dan dikelola secara syariah. 2)menentukan Nama atau Merek, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga menciptakan merek pada produk Tabungan IB martabe wadiah atau bisa disingkat tabungan marwah, dan sekarang sudah diganti menjadi smart ib wadiah, Tujuan dilakukannya menciptakan merek pada produk adalah agar memudahkan nasabah untuk mengingat produk tabungan tersebut, kemudian memberikan informasi secara langsung maupun tidak langsung kepada Masyarakat, kalau dulu kami biasanya melakukan sosialisasi kebeberapa instansi, namun untuk saat ini kami hanya menggunakan brosur dan spanduk cuman untuk brosur sendiri sudah tidak terlalu disebar, ”*

13. Siapa saja yang dilibatkan dalam memasarkan produk tabungan IB Martabe Wadiah?

Jawaban: “ *setiap orang di bank sumut ini adalah marketing, jadi orang yang terlibat dalam memasarkan produk ini seluruh pegawai, mulai dari pegawai tetap maupun kontrak, baik itu satpan dan CS semua di libatkan* ”

14. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “*promosi yang kami lakukan kalau dulu kami ada kegiatan sosialisasi ke instansi, namun untuk sekarang kami hanya hanya menggunakan brosur dan spanduk, kami juga ada Kerjasama dengan Lembaga-lembaga sosial dan Lembaga Pemerintahan yaitu Pemerintahan kota sibolga , dimana sebagian PNS (Pegawai Negri Sipil) yang ditempatkan di Kota Sibolga adalah nasabah kita dan jadi kami lebih mengandalkan kualitas dari nama Perusahaan jadi kami tidak terlalu memfokuskan khusus pada suatu produk tapi lebih ke branding, supaya masyarakat tau bank sumut syariah itu ada dan untuk media social, masing masing cabang itu nggak bisa punya akun social media sendiri jadi cuman ada satu akun resmi dari pusat dan bagian khusus yang mengurus namun bukan bagian dari cabang,palingan hanya menggunakan akun social media milik pribadipara pegawai ”*

15. Lokasi yang bagaimanakah yang dipilih oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk memasarkan produknya dan apakah yang menjadi alasan memilih lokasi tersebut?

Jawaban: “*Di dalam pemilihan lokasi, PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga menjadikan salah satu kekuatan yang mendukung dalam memasarkan produknya, karena lokasi kantornya berada di area padat penduduk, dekat dengan pasar, dekat dengan terminal bus, dan banyak perkantoran di sekitar kantor PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga*””

16. Apakah bentuk fisik yang mencakup gedung dan kantor dimiliki PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan?

Jawaban: *“kami menyediakan mesin ATM, juga fasilitas lain yang cukup baik yah seperti bangku tunggu, dan juga fasilitas AC yang baik”*

17. Dalam mengembangkan strategi pemasaran, apakah ada kendala dalam memasarkan produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban : *“untuk kendala sih nggak terlalu ada yah, karnakan rang udah paham tabungan itu apa dan juga butuh menabung, kendala yang paling disadari untuk tabungan ini yah terkadang para nasabah lebih memilih yang mudharabah”*

Hasil Wawancara Peneliti Dengan Ibu Yulisah Siregar yang merupakan salah satu karyawan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai

Customer Service

1. Apa itu tabungan ib martabe wadiah?

Jawaban: *““Produk tabungan ib martabe wadiah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga adalah simpanan dimana PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sebagai penyimpan dana (Mustawada) dan masyarakat atau anggota sebagai penitip (Muwaddi) menggunakan akad wadiah yad dhamamah sebagai kesepakatan simpanan dan manfaat atas harta yang dititipkan. Fungsi dari simpanan itu sendiri bagi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga karena menggunakan akad wadiah yad dhamamah maka pihak PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga berhak memanfaatkan harta simpanan tersebut untuk usaha produktif dan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga berhak atas keuntungan yang di dapatkan atas pemanfaatan harta yang dititipkan. PT. Bank Sumut Cabang*

Syariah Sibolga juga dapat memberikan bonus kepada penitip harta maupun tidak ada ketentuan atau kesepakatan yang mewajibkan atas bonus yang diberikan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga”

2. Apa kelebihan dan kelemahan menggunakan tabungan IB Martabe Wadiah?

Jawaban: “ keuntungan yang akan nasabah dapatkan Ketika menggunakan tabungan IB Martabe wadiah yaitu nasabah tidak dikenakan biaya manajerial setiap bulannya, Apalagi dengan asumsi untuk dana cadangan sesaat, tentu sangat menguntungkan karena dana investasi tidak akan berkurang karena keterbatasan, Meskipun tabungan wadiah tidak memberikan bagi hasil sebagaimana tabungan mudharabah, tapi bank syariah dapat memberikan bonus atau hadiah untuk nasabahnya walaupun tidak ada perjanjian dalam akad, Keamanan dana yang disimpan akan dijaga oleh bank. Tabungan IB Martabe wadiah juga umumnya mendapat penjaminan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sampai dengan batas tertentu, dan tentunya Proses pembukaan akun tabungan IB Martabe wadiah memiliki persyaratan yang relatif sederhana dan biaya yang ringan. Mengenai kerugiannya, dengan asumsi dana investasi adalah wadiah dalam waktu panjang, akad wadiah akan merugikan klien karena tabungannya tidak bertambah sama sekali, Meskipun berapa banyak dana yang terus berlanjut seperti sebelumnya, nilai uang tidak akan akan berkurang maupun bertambah. Kelemahan lainnya adalah dana cadangan wadiah tidak mendapatkan bagi hasil seperti dana cadangan mudharabah. Karena pada tingkat dasar wadiah adalah titipan. Jadi klien hanya menyimpan uang tunai dalam jumlah tertentu dan tidak mendapatkan pembagian keuntungan dari bank syariah”

3. Seperti apa strategi pemasaran produk tabungan IB Martabe Wadiah yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “ untuk Strategi pemasaran sendiri tidak ada strategi khusus ya denganmelakukan pengenalan bahwasanya PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga mempunyai produk tabungan ini, contohnya dengan spanduk , banner-banner, informasi dari akun resmi bank sumut”

4. Bagaimana cara PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga untuk menciptakan produk tabungan IB Martabe Wadiah sehingga lebih dikenal masyarakat?

Jawaban: “menentukan nama pada suatu produk adalah hal penting yang perlu dipertimbangkan, dengan nama atau merk suatu produk yangmudah diingat dan sesuai dengan kegunaannya tentu saya sebagai Customer Service yang tiap harinya berkomunikasi langsung dengan nasabah akan lebih mudah menjelaskan produk kepada para nasabah “

5. Siapa saja yang dilibatkan dalam memasarkan produk tabungan IB Martabe Wadiah?

Jawaban: “ semua karyawan ikut terlibat yah, siapapun yang bekerja di bank ini, bukan hanya untuk produk ini saja tapi semua produk bank sumut syariah”

6. Bagaimana promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “cara yang digunakan yang digunakan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga dalam mempromosikan produk tabungan ib martabe wadiah yaitu dengan menggunakan media cetak seperti brosur, buletin dan papan iklan di tempat tempat yang mudah untuk dilihat, dan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga memiliki akun sosial media dan menggunakannya sebagai media promosi dan tentunya saya sebagai Customer Service juga mempromosikannya secara langsung kepada para

nasabah , bukan Cuma saya tapi seluruh pegawai baik itu Satpam dan Cleaning Service di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga juga memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan produk PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga”

7. Bagaimana penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “Harga yang ditetapkan untuk mendapatkan pelayan produk tabungan ib martabe wadiah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga, calon nasabah digratiskan dalam biaya administrasi buka tabungan, dengan setoran awal RP. 25. 000,-. “ dan Penetapan harga yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga terbilang cukup ringan karena nasabah digratiskan dalam pembukaan rekening dan tidak dikenai biaya bulanan serta setoran awal pembukaan rekening hanya Rp. 25.000,-. Saja PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga terkadang memberikan bonus kepada nasabah tabungan ib martabe wadiah ini, Bonus diberikan tidak dijanjikan, tergantung banyaknya penghasilan yang didapatkan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga itu sendiri

8. Bagaimana prosedur untuk menjadi nasabah produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “ prosedunya mudah yah untuk pembukaan rekening ini cukup bawa persyaratan lengkap seperti KTP dan saldo yang ingin ditabung”

9. Dalam mengembangkan strategi pemasaran, apakah ada kendala dalam memasarkan produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “kendalanya orang-orang masih mengagap bank syariah itu fasilitasnya belum mengumpuni, padahal sekarang syariah

juga sudah dapat bersaing dengan bank konvensional malah kita lebih tinggikan dalam bagi hasilnya

Hasil Wawancara Peneliti Dengan Ibu Sarah yang merupakan salah satu Nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

13. Apa alasan saudara/i menggunakan produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“karna saat saya mengajukan pembiayaan murabahah serba guna jadi saya dianjurkan membuka rekening terlebih dahulu”*

14. Darimana saudara/i mengetahui tentang tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“ saya tahu tabungan ini dari customer servis, saat saya membuka tabungan , ibu cs menjelaskan tentang tabungan yang ingin saya gunakan “*

15. Produk apa saja yang saudara/i gunakan pada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“saya menggunakan tabungan ib martabe wadiah dan juga pembiayaan murabahah serbaguna”*

16. Apakah produk tabungan tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan oleh saudara/i?

Jawaban: *“ya, saya rasa begitu”*

17. Apa kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan produk tabungan IB Martabe Wadiah menurut saudara/i?

Jawaban: *“mungkin untuk keuntungan yang saya tahu ya biayanya cukup murah untuk pembukaan tabungan ini sedangkan untuk kekurangannya tidak ada bagi hasil, uang yang kita tabung tidak akan bertambah maupun berkurang”*

18. Apa saja manfaat yang saudara/i peroleh dari penggunaan produk tersebut?

Jawaban: *“manfaat yang saya dapat sebagai mana tabungan saya bisa menyimpan uang dan juga bisa membayar angsuran langsung dari tabungan yang saya punya”*

19. Bagaimana pendapat saudara/i mengenai promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“menurut saya untuk promosi yang dilakukan bank belum cukup optimal yah, saya saja orang sibolga ini belum tahu betul soal tabungan ini saya tahunya tabungan saja, setelah CS menjelaskan baru saya paham ternyata ada tabungan wadiah dan mudharabah, mungkin bank sumut syariah perlu membuat promosi khusus sehingga nasabah lain bisa tahu dan ikut menabung, seperti spanduk yang kurang meratahanya di beberapa tempat saja”*

20. Apakah lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga strategis menurut saudara/i?

Jawaban: *“menurut saya Lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga sangat mendukung dan juga strategis, karena lokasinya dekat dengan jalan raya, dan lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga mudah ditemukan dan diingat dikarenakan dekat dengan terminal bus”*

21. Bagaimana penilaian saudara/i mengenai karyawan yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“pelayanan yang saya rasa bagus yah, para pegawainya juga ramah, cuman hari saya melakukan pembukaan rekening, nasabah cukup ramai jadi saya menunggu cukup lama”*

22. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *untuk kelebihan mereka ramah dan sopan , cara mereka melayani juga sangat membantu khususnya nasabah lanjut usia yah, sedangkan untuk kekurangan saya rasa hanya layanan pembukaan rekening dengan satu cs mungkin cukup*

memakan waktu ya, karna kan saya hari itu kebagian nasabah lagi ramai, mungkin jika tidak ramai tidak ada masalah”

23. Bagaimana prosedur untuk menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban “ *hari itu saya hanya dimintai KTP dan uang untuk saldo pertama”*

24. Bagaimana penilaian saudara/i mengenai lingkungan fisik dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “*menurut saya lingkungan fisik bank sumut syariah ini cukup bagus, dengan perlengkapan pelayanan yang lengkap seperti wc untuk nasabah, parkirannya walaupun parkirannya cukup sempit namun ini sudah terbilang bagus dan nyaman, namun untuk saya yang sering menggunakan mesin ATM, bentuk fisik yang kurang memuaskan adalah mesin ATM yang sering kali rusak sehingga terkadang saya dan juga nasabah lain harus mencari mesin atm lain”*

Hasil Wawancara Peneliti Dengan Ibu Ayu Fitria Zulmi yang merupakan salah satu Nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

1. Apa alasan saudara/i menggunakan produk tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “*karna saat saya magang di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga saya diwajibkan membuka buku tabungan dan saya memilih tabungan ini”*

2. Darimana saudara/i mengetahui tentang tabungan IB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: “*saya tahu tabungan ini dari customer servis”*

3. Produk apa saja yang saudara/i gunakan pada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“untuk saat ini saya hanya menggunakan tabungan IB Martabe Wadiah ini”*

4. Apakah produk tabungan tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan oleh saudara/i?

Jawaban: *“ya saya rasa begitu”*

5. Apa kelebihan dan kekurangan dalam menggunakan produk tabungan IB Martabe Wadiah menurut saudara/i?

Jawaban: *“untuk tabungan ini biaya admin cukup murah ya, bisa menggunakan ATM juga, uang bisa diambil kapan saja, dan karna tabungan ini merupakan titipan jadi saldo yang saya punya akan tetap utuh jika tidak ada transaksi, namun untuk kekurangan saya rasa tidak ada”*

6. Apa saja manfaat yang saudara/i peroleh dari penggunaan produk tersebut?

Jawaban: *“uang yang saya tabung aman”*

7. Bagaimana pendapat saudara/i mengenai promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“promosi yang dilakukan bank sumut syariah saya rasa sudah cukup bagus”*

8. Apakah lokasi PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga strategis menurut saudara/i?

Jawaban: *“ya, menurut saya strategis yah karna dekat degan tempat Masyarakat berlalu Lalang seperti dekat dengan pasar dan terminal, dekat dengan pemukiman warga juga”*

9. Bagaimana penilaian saudara/i mengenai karyawan yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“ menurut saya karyawan disana sangat baik dan ramah dan mereka terlihat mengerti akan pekerjaan masing masing”*

10. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“pelayanan yang saya dapatkan di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga cukup memuaskan yah, karna yang saya lihat para karyawan disana terbilang gercep”*

11. Bagaimana prosedur untuk menjadi nasabah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban: *“pada saat pembukaan rekening saya dimintai ktp ataupun kartu pelajar, karna saya masih berstatus mahasiswa kakak CSnya juga meminta KTP orang tua, alasannya karna saya belum punya pendapatan dan juga saldo pertama tentunya”*

12. Bagaimana penilaian saudara/i mengenai lingkungan fisik dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga?

Jawaban : *“ menurut saya lingkungan fisik dari PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga ini lengkap yah jika diukur untuk kenyamanan nasabah, mulai dari tersedianya wc dan tempat cuci tangan nasabah, tempat parkir, ini aja sih uuran ruangan terlalu sempit untuk ruangan lantai satu, namun untuk tempat nasabah pembiayaan di lantai 2, sudah sangat baik.”*

Lampiran dokumentasi



Gambar 1 Dan 2 : Hasil Wawancara Dengan Bapak M. Idgham Habib Yang Merupakan Salah Satu Karyawan Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga Sebagai *Account Officer*. Pada Tanggal 06 Oktober 2023



Gambar 3 Dan 4 : Hasil Wawancara Dengan Ibu Yulisah Siregar Yang Merupakan Salah Satu Karyawan Di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga Sebagai *Customer Service*. Pada Tanggal 06 Oktober 2023



Gambar 5 Dan 6 : Hasil Wawancara Dengan Ibu Siti Sarah Selaku Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga Pada Tanggal 08 Oktober 2023



Gambar 7 Dan 8: Hasil Wawancara Dengan Ibu Ayu Fitria Zulmi Selaku Nasabah PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga Pada Tanggal 09 Oktober 2023



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) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 4591 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/08/2023 15 Agustus 2023
Sifat : Biasa
Jumlah : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Pimpinan PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga

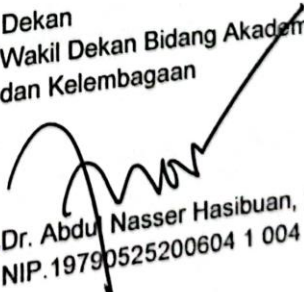
Dengan hormat, dengan ini kami menyampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Rika Suryandari Panggabean
NIM : 1940100195
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Bauran Pemasaran Tabungan iB Martabe Wadiah di PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 19790525200604 1 004

Tembusan:
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

ABANG SYARIAH:

Sibolga

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 4155100 - 4515100
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652

Sibolga, 01 September 2023

Nomor : 0200/KCSy04-Ops/L/2023
Lampiran :-

Kepada Yth:
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

UIN Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
Di-

Tempat

Hal : Pemberitahuan Izin Riset

Assalamualaikum Wr.Wb.

"Semoga Bapak dan Staff dalam keadaan sehat, selalu dalam lindungan Allah SWT dan Sukses menjalankan tugas sehari-hari, Amin"

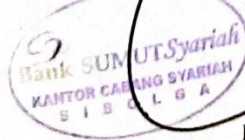
Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat dari UIN Syeikh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan No. 4591/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/08/2023 Tanggal 15 Agustus 2023, perihal Penyampaian Mahasiswa Riset kepada Mahasiswa/i an :

NO	Nama Mahasiswa	NIM
1	Rika Suryandari Panggabean	1940100195

Maka dengan ini diberikan IZIN RISET kepada mahasiswa/i tersebut diatas.
Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb
Pemimpin Operasional KC Syariah Sibolga



M.IDRIS
NPP. 1248.080480.110804

Cc. :



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
UPT. BAHASA**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4.5 Sihitang Kode Pos 22733
Telepon. 0634.22080 Faximile 0634 24022
Website : <https://www.uinsyahada.ac.id>

SURAT KETERANGAN VALIDASI
B- 12 /Un.28/J.2/PP.00.9/01/2024

Kepala Unit Pelaksana Teknis Bahasa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dengan ini menerangkan bahwa abstraksi mahasiswa :

Nama : Rika SuryandariPanggabean.
NIM : 1940100195
Program Studi : Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
Judul Skripsi : Bauran Pemasaran Tabungan IB MartabeWadiah Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Sibolga.

Telah **divalidasi** dan dinyatakan telah selesai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian keterangan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padangsidimpuan, 12 Januari 2024
Kepala UPT. Bahasa,

Dr. Eka Sustris Harida, M.Pd
NIP : 19750917 200312 2 002

Perubahan Biaya dan Saldo

Tabungan Syariah

(Rp.)

Nama Produk (Re-Branding)		Set Awal		Set Selanjutnya		Saldo min	
Sebelumnya	menjadi	Sebelumnya	menjadi	Sebelumnya	menjadi	Sebelumnya	menjadi
Tabungan Prioritas	SMART IB	100.000	100.000	10.000	50.000	50.000	50.000
Tabungan Wadiah	SMART IB WADIAH	25.000	50.000	10.000	20.000	25.000	50.000
Tabungan Mahasiswa	SMART IB WADIAH	10.000	50.000	10.000	20.000	10.000	50.000
Tabungan Gaji	SMART IB PAYROLL	5.000	5.000	10.000	5.000	5.000	5.000
Tabungan Rencana	SMART IB RENCANA	Sesuai Jangka Waktu & Nominal	Sesuai Jangka Waktu & Nominal	Sesuai Jangka Waktu & Nominal	Sesuai Jangka Waktu & Nominal	Sesuai Jangka Waktu & Nominal	Sesuai Jangka Waktu & Nominal
Tabungan Makbul	SMART IB MAKBUL	100.000	100.000	10.000	50.000	100.000	100.000

Saldo prioritas besar saldo minimum sesuai dengan ketentuan

Call : 14002 | #ayokebanksumut

@banksumut

@banksumut

www.banksumut.co.id

OK AYO