



**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB MARTABE WADIAH
PADA PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU
SYARIAH RANTAU PRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh :

**SAHARUDDIN NASUTION
NIM. 15 401 00195**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB MARTABE WADIAH
PADA PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG PEMBANTU
SYARIAH RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam
Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh :

**SAHARUDDIN NASUTION
NIM. 15 401 00195**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

PEMBIMBING I

**Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003**

PEMBIMBING II

**Nurul Jzzah, M. Si
NIP. 19900122 201801 2 003**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**KEMENTERIAN AGAMA RERUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n SAHARUDDIN NASUTION
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 10 Februari 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n SAHARUDDIN NASUTION yang berjudul: "*Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau prapat*". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I

Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Pembimbing II

Nurul Izzah, M. Si.
NIP. 19900122 201801 2 003

PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : SAHARUDDIN NASUTION
NIM : 15 401 00195
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah Pada PT.
Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau
Prapat**

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

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

Padangsidempuan, 10 Februari 2021

Pembuat Pernyataan



SAHARUDDIN NASUTION
NIM. 15 401 00195

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SAHARUDDIN NASUTION
Nim : 15 401 00195
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan teknologi dan seni saya 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: **Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantuprapat**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Padangsidempuan, 10 Februari 2021

Yang menyatakan



SAHARUDDIN NASUTION
NIM. 15 401 00195



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : SAHARUDDIN NASUTION
NIM : 15 401 00195
FAKULTAS/PRODI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
**JUDUL SKRIPSI : Strategi Pemasaran Tabungan Ib Martabe Wadiah
Pada Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu
Syariah Rantau Prapat**

Ketua,

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Sekretaris,

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

Anggota

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

H. Aswadi Lubis, M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 06 April 2021
Pukul : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS / 69,5 (C⁺)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,12
Predikat : SANGAT MEMUASKAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN IB
MARTABE WADIAH PADA PT. BANK SUMUT
KANTOR CABANG PEMBANTU SYARIAH RANTAU
PRAPAT**

**NAMA : SAHARUDDIN NASUTION
NIM : 15 401 00195**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 06 April 2021

Dekan



Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : SAHARUDDIN NASUTION
NIM : 15 401 00195
Judul : Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat

Strategi pemasaran merupakan langkah yang dapat dilakukan oleh suatu bank dalam meningkatkan pemasaran produk dan jasanya. Tabungan IB Martabe Wadiah merupakan salah satu produk dan jasa yang dapat diambil kapanpun oleh nasabah tanpa agunan pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Dengan banyaknya bank yang berbentuk syariah yang berdiri di Rantauprapat tentunya persaingan pasar juga semakin meningkat, dan hal tersebut menuntut PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat untuk lebih kreatif dalam memasarkan produknya agar lebih diminati masyarakat, yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran pada produk dan jasa yang dimilikinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan IB Martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori-teori tentang strategi pemasaran, tabungan wadiah, dan teori-teori terkait bauran pemasaran (*marketing mix*) yang diantaranya adalah produk, harga, lokasi dan promosi.

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 ini adalah hal yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut KCP. Syariah Rantauprapat yaitu menyebarkan brosur atau membagikan lembaran brosur di lingkungan masyarakat, menawarkan produk tersebut jika nasabah melakukan transaksi di bank. Jika nasabah datang ke bank maka karyawan maupun keseluruhan karyawan akan mempromosikan produk apa saja yang ada di dalam bank tersebut, memasarkan produk tersebut jika pihak bank sedang melakukan pertemuan langsung terhadap nasabah. Jika pihak bank pergi ke lapangan untuk melakukan pemasaran, analisis pembiayaan maupun penagihan maka seluruh pelaksana memasarkan produk yang ada, Melakukan Pemasaran secara langsung. Pemasaran secara langsung ini adalah pemasaran yang dilakukan mulai dari menejer sampai *Cleaning Service* atau *security* akan melakukan promosi untuk menarik minat terhadap produk yang ditawarkan pada saat waktu yang memungkinkan dan menjalin kerjasama dengan lembaga pemerintahan dan pendidikan di sekitar Rantauprapat.

Kata Kunci: *Pemasaran, Tabungan, Wadiah*

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: **“Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan , M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Muhammad Isa, S.T., M.M selaku pembimbing I dan ibu Nurul Izzah, M.Si. selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Teristimewa kepada Ibunda Jamila Ritonga dan Ayahanda tercinta Sammin Nasution, tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan moril dan materi

serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-Nya, serta kepada orangtua saya yang di perantauan yaitu ibu Rodiah Siregar dan Bapak MHD Syahri Sarumpaet yang tidak hentinya memberikan dukungan kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.

8. Kepada sahabat yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti yaitu Ahmad Darmaji Siregar, Irham Shaleh, Berry Ansori, Aidul Azhari, Fitra Sandria, Alam fan haidir, dan sahabat sekampung khususnya Dedi Rambe, Bayu Pamungkas, Ze Arif Rahman Rambe, Rio Amri Harahap. Begitu juga untuk teman-teman yang selalu mendukung agar terus berusaha menjadi lebih baik, Riadoh Siregar, Nurjannah Aulia, Saindah Goi, Hadau, Rere.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Perbankan Syariah 5 dan 1 angkatan 2015 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita, Amin.
10. 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.

Padangsidempuan, Februari 2021
Peneliti,

SAHARUDDIN NASUTION
NIM. 15 401 00195

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Batasan Istilah	6
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian	8
G. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Kerangka Teori	10
1. Defenisi Strategi Pemasaran	10
a. Pengertian Strategi	10
b. Pengertian Pemasaran	10
2. Strategi Pemasaran	12
a. Segmentasi pasar	12
b. Target Pasar	12
c. Bauran Pemasaran	13
3. Tabungan Wadiah	14
B. Penelitian Terdahulu	16
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	23
B. Jenis Penelitian	23
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian	24
D. Sumber Data	24

E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	26
G. Teknik Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL PENELITIAN	31
A. Gambaran Umum PT. Bank Sumu Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat	31
1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat	31
2. Visi Visi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat	34
3. Statemen Budaya Perusahaan PT. Bank Sumut	35
4. Struktur Organisasi Perusahaan	41
5. Tugas dan Tanggung Jawab Pemimpin	43
B. Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat	55
C. Pembahasan	59
D. Keterbatasan Penelitian	62
BAB V PENETUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Peneliti Terdahulu	17
------------------	-----------------------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	: Logo PT. Bank SUMUT Syariah	35
Gambar 4.2	: Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup**
- Lampiran 2 : Permohonan Ketersediaan Menjadi Pembimbing Skripsi**
- Lampiran 3 : Surat Izin Meneliti Dari IAIN Padangsidempuan**
- Lampiran 4 : Surat Balasan Dari PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat**
- Lampiran 5 : Pedoman Observasi**
- Lampiran 6 : Pedoman Wawancara**
- Lampiran 7 : Dokumentasi**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga yang memegang peranan penting dalam perekonomian di negara kita. Penghimpunan dana merupakan kegiatan pokok bank. Keberhasilan bank dalam melakukan penghimpunan, penyaluran dana atau pembiayaan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: kepercayaan masyarakat pada suatu bank, kondisi suatu bank, dan produk-produk yang ditawarkan.

Bank syariah adalah institusi keuangan yang berbasis syariah Islam. Bank syariah merupakan institusi keuangan yang memposisikan dirinya sebagai pemain aktif dalam mendukung dan memainkan kegiatan investasi di masyarakat sekitar. Di satu sisi Pasiva bank syariah adalah lembaga keuangan yang mendorong dan mengajak masyarakat untuk ikut aktif berinvestasi melalui berbagai produknya, sedangkan disisi lain sisi Aktiva atau aset bank syariah melakukan investasi di masyarakat, dalam kacamata mikro, bank syariah adalah institusi keuangan yang menjamin aktivitas investasi yang menyertainya telah sesuai dengan syariah.¹

Di Indonesia, regulasi mengenai bank syariah tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank syariah adalah bank yang menjelaskan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Dengan banyaknya lembaga keuangan

¹ Ascarya, *Akad Dan Produk Bank Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal 11.

yang sudah ada, termasuk di Provinsi Sumatera Utara telah lama berdiri Bank milik Pemerintah Provinsi yaitu Bank SUMUT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari dengan tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapat layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama digalangan PT. Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU. No. 10 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis Moneter pada tahun 1998. Selain bank umum yang membuka divisi usaha syariah bank konvensional seperti PT. Bank SUMUT juga berperan di dalamnya untuk membuka unit/divisi usaha syariah.

Pendirian unit usaha syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga Bank adalah haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.²

² Bank Sumut, "Sejarah Bank Sumut," 2 Desember, <https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/>.

Bank SUMUT Unit Usaha Syariah adalah salah satu bank yang memiliki fungsi menghimpun dan menyalurkan dana dengan prinsip syariah, penghimpunan dan penyaluran dana ini dilaksanakan melalui pemasaran produknya. Dalam memasarkan produknya, seorang pemasar harus pandai membaca situasi pasar sekarang dan dimasa yang akan datang Pemasar harus cepat tanggap apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, kemudian kapan dan dimana dibutuhkannya. Oleh karena itu produsen harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen secara tepat waktu. Disamping itu seorang pemasar harus mampu mengkomunikasikan keberadaan dan kelebihan produk dibandingkan dengan produk lainnya dari pesaing.

Bank syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penetapan prinsip-prinsip Islam dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang mempunyai peranan penting di dalam perekonomian suatu negara sebagai lembaga perantara keuangan. Dan saat ini Bank Syariah memberikan jasa berlandaskan konsep transaksi keuangan yang sangat modern dan sangat maju serta berkonsep keadilan.

Bank syariah mempunyai berbagai macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat salah satunya adalah IB Martabe Wadiah yaitu tabungan berbetuk titipan dan dapat diambil kapanpun dengan perijinan yang telah disepakati sebelumnya antara pihak bank dengan nasabah. Di dalam menawarkan produknya seperti tabungan IB Martabe

Wadiah sudah pastinya antara bank-bank syariah mengalami persaingan, maka perlu adanya penerapan strategi dalam pemasaran produk tersebut dari masing-masing bank. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari penawaran produknya sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada bank tertentu.³

Strategi pemasaran merupakan suatu langkah yang dapat dilakukan suatu bank syariah dalam memberikan gambaran yang jelas dan terang tentang apa yang dilakukan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa sasaran pasar. Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sedangkan strategi pemasaran adalah proses pemasaran yang mencakup beberapa hal ini analisis atas kesempatan-kesempatan, pemilihan sasaran-sasaran, pengembangan strategi, perumusan rencana, implementasi serta pengawasan.

Bank-bank syariah yang banyak berkembang pada saat ini, PT. Bank Sumut Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat. Berdirinya Bank Sumut Syariah selain didasari oleh tuntutan bermuamalat secara Islam yang merupakan keinginan kuat dari sebagian ummat Islam di Sumatera Utara juga sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturisasi perekonomian Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijaksanaan keuangan, moneter dan perbankan secara umum.

³ Jamiah Harahap, "Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Prof. Mh Yamin" (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018), hal 11.

Sedangkan secara khusus adalah mengisi peluang terhadap kebijaksanaan yang membebaskan bank dalam penerapan tingkat suku bunga (*rate interest*) yang kemudian dikenal dengan bank tanpa bunga.

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang dilaksanakan dengan harapan unit bisnis dalam mencapai sasaran pemasaran terdiri dari strategi spesifik untuk pasaran sasaran, penentuan posisi produk, bauran pemasaran dan tingkat pengeluaran pemasaran.

Strategi pemasaran harus dijabarkan dalam program pemasaran. Hal ini dilakukan dengan menentukan pengeluaran pemasaran, bauran pemasaran (*marketing mix*) dan alokasi pemasaran.

Simpanan tabungan IB Martabe Wadiah adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dan juga dapat menggunakan fasilitas kartu ATM. Bersifat titipan yang dikelola sesuai dengan prinsip wadiah yaddhamanah. Karena dana titipan maka bank tidak memberikan bagi hasil kepada penabung, namun bank boleh memberikan bonus yang besar dan waktu pemberiannya tidak diperjanjikan di awal.

Dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, Bank Sumut Syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh golongan masyarakat khususnya di Sumatera Utara. Dengan banyaknya Bank Syariah yang berdiri di daerah Rantauprapat yang diantaranya adalah Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah), Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) dan lembaga

keuangan syariah lainnya, maka persaingan pasar juga semakin meningkat dan hal tersebut menuntut para pemasar untuk lebih kreatif dalam memasarkan produknya. Tentunya Bank Sumut Syariah juga memiliki strategi tertentu untuk memasarkan produknya agar lebih diminati.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terjadi di atas, maka peneliti ingin mengkaji strategi-strategi pemasaran produk IB Martabe Wadiah di Bank Sumut Syariah Rantauprapat. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi’ah pada PT. Bank SUMUT Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat”**.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka penelitian ini hanya berfokus pada Strategi Pemasaran baik itu dari segi pengenalan produk, peiklanan dan penyebaran brosur Tabungan IB Martabe Wadiah pada Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

C. Batasan Istilah

1. Strategi adalah rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan atau sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi, geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan.
2. Pemasaran adalah suatu langkah yang digunakan untuk mengomunikasikan, menyampaikan, dan menawarkan barang-barang atau

produk kepada pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Untuk memuaskan kebutuhan pelanggan atau pembeli.

3. Akad wadi'ah 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 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.
4. Tabungan IB Martabe Wadi'ah adalah tabungan dengan prinsip wadi'ah *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.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan membahas tentang apa saja strategi-strategi pemasaran pada produk martabe wadi'ah khususnya di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syarian Rantauprapat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah pada Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peneliti tentang materi mengenai Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

2. Bagi Perusahaan

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 Dunia Akademik

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan strategi pemasaran

serta sebagai sumber informasi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan keilmuan.

G. Sistematika Pembahasan

Penulisan maupun pembahasan yang digunakan dalam penelitian yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Tabungan IB Martabe Wadiah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat dengan sistematika penulisan karya ilmiah dan sesuai dengan ejaan yang disempurnakan dengan tujuan mempermudah peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya untuk memahami maksud dan tujuan penelitian ini. Selanjutnya, peneliti mengklasifikasikannya kedalam lima bab yaitu:

Bab I adalah Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan masalah, Batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

Bab II adalah Landasan Teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori strategi pemasaran, bauran pemasaran, dan tabungan wadiah.

Bab III adalah Metode Penelitian yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, unit analisis/subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, dan teknik keabsahan data.

Bab IV adalah Hasil Penelitian bab tentang hasil dari penelitian dan pengolahan data yang ditemukan, ini berkaitan dengan hasil yang diperkirakan.

Bab V adalah penutup terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Definisi Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos* yang berarti sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Namun pada akhirnya, strategi berkembang untuk semua kegiatan organisasi termasuk keperluan ekonomi, sosial, budaya dan agama.⁴ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebut bahwa istilah strategi adalah suatu ilmu untuk menggunakan sumber daya untuk melaksanakan kebijakan tersebut.⁵

b. Konsep Pemasaran

Adapun konsep inti dalam pemasaran diantaranya kebutuhan, keinginan, dan permintaan.

Kebutuhan adalah syarat hidup dasar manusia. Kebutuhan-kebutuhan ini menjadi keinginan ketika diarahkan ke objek tertentu yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.⁶

⁴ Setiawan Hari Purnomo dan Zulkiefli Mansyah Setiawan Hari Purnomo, *Manajemen Strategi, Sebuah Konsep Pengantar* (Jakarta: LPFE UI, 1999), hal 8.

⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Kemendikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hal. 236

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Jakarta: Erlangga, 2008), hal 12.

Sementara permintaan adalah keinginan akan produk-produk tertentu yang di dukung oleh kemampuan untuk membayar.

c. Pengertian Pemasaran

Banyak orang mengira pemasaran hanya sekedar penjualan atau periklanan. Namun, penjualan dan periklanan hanyalah puncak pemasaran. Sekarang pemasaran harus memahami tidak dalam pengertian lama “katakan dan jual” tetapi dalam pengertian baru yaitu pemasaran yaitu memuaskan kebutuhan konsumen (pelanggan).

Menurut Kotler dan Amstong pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerialnya yang individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan nilai satu sama lain.⁷ Menurut Basu Swastha dan Irawan, pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan.⁸ Dan menurut Willliam J. Stanston Pemasaran adalah sistem secara keseluruhan dari kagiatan-kegiatan bisnis atau usaha yaitu yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa yang sesuai, mempromosikan barang dan jasa, dan mendistribusikan bang dan jasa kepada konsumen dan bisa memuaskan konsumen.

Berdasarkan defenisi di atas dapat diketahui bahwa proses pemasaran itu terjadi jauh sebelum barang diproduksi. Keputusan dalam pemasaran harus dibuat menentukan produk pasar, harga dan

⁷ Amstrong dan Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1993), hal 3.

⁸ Irawan dan DH Swastha Basu, *Manajemen Pemasaran Model* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1997), hal 3.

promosinya. Kegiatan pemasaran tidak bermula pada saat selesainya dan juga tidak berakhir pada saat penjualan dilakukan.

2. Strategi Pemasaran

Ada beberapa strategi yang dilakukan organisasi dalam menjalankan kegiatan pemasaran, yaitu:

a. Segmentasi pasar

Segmentasi pasar adalah salah satu cara untuk membedakan pasar menurut golongan pembeli, kebutuhan pemakai, motif, perilaku, kebiasaan pembeli, cara penggunaan produk dan tujuan pembelian produk tersebut. Dengan adanya segmentasi pasar, sumber daya yang terbatas dapat digunakan secara optimal untuk menghasilkan produk yang dapat memenuhi permintaan pasar dan dapat ikut bersaing dengan segmen tertentu.

Segmentasi pasar dapat juga diartikan dengan bermacam kategori atau karakteristik pasar. Misalnya segmentasi daerah pemasaran, ukuran pasar, kelompok, pendapatan, status sosial masyarakat.

b. Target pasar

Target pasar adalah memilih salah satu lebih segmen pasar untuk dimasuki dengan cara mengevaluasi beragam segmen, memutuskan berapa banyak serta segmen yang akan dijadikan sasaran.

c. Bauran pemasaran

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 sasaran.

Philip Kotler mendefinisikan *Marketing Mix* sebagai perangkat variabel pemasaran terkontrol yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan dalam pasar sasaran.⁹ Kegiatan pemasaran perlu dikombinasikan dan dikoordinir agar perusahaan dapat melakukan tugas pemasaran seefektif mungkin, dikarenakan keempat unsur (4P) dalam kombinasi tersebut saling berhubungan.

1) Produk (*Product*)

Menurut Philip Kotler, produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.

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

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Klaten: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hal. 23.

dan keinginan pasarnya, dan sebelum produk itu mencapai tahap kedewasaan yang akan menuju tahap penurunan.

2) 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 share* nya.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu jalur informasi atau persuasi suatu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran.

4) 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, assortments, locations, inventory, dan transport*.

3. Tabungan Wadi'ah

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 berdasarkan Akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan Akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip Syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syara dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang di jalankan dengan prinsip-prinsip syariah. Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Barang titipan dikenal dalam bahasa fiqh dengan *al-wadi'ah*, menurut bahasa berarti bahwa wadi'ah memberikan. Dalam tradisi fiqh islam, prinsip titipan atau simpanan dikenal dengan prinsip al-wadi'ah yang di artikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki.

Tabungan wadi'ah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadi'ah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembangkan setiap saat sesuai dengan pemiliknya. Berkaitan dengan produk tabungan wadi'ah, bank syariah menggunakan akad *wadi'ah 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 bertanggungjawab 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.

Adapun landasan hukum al-wadi'ah terdapat dalam al-qur'an yaitu Q.S. An-nisa : 58

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

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*¹⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011), hal 6.

melaksanakan penelitian ini. Penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Ahmad Syahrizal dan Heru Setiawan.	Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal. Jurnal Ekonomi Syariah, Volume 2, Juni 2019, Kuala Tungkal. ¹¹	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.
2	Miftahul Jannah dan Farid Fathony Ashal	Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Produk Nozy Juice di Kota Banda Aceh. Jurnal Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry, Volume 1, Januari 2019, Banda Aceh. ¹²	Pengaruh yang diberikan oleh variabel produk, variabel harga, variabel tempat dan variabel promosi mempengaruhi minat beli konsumen.
3	Atep Hendang	Hakikat Al- Wadi'ah	Wadi'ah disyariatkan

¹¹ "View of STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN WADI'AH SIMPATIK PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG KUALA TUNGKAL," hal 105, accessed January 8, 2021, <http://ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id/index.php/almizan/article/view/72/56>.

¹² 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): hal 63, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/jihbiz/article/view/4611>.

	Waluya	Al- Mashrifiyyah. Jurnal Perbankan Syariah, Volume 3, Desember 2017, Tangerang. ¹³	berdasarkan al-Qur'an, Sunah dan Ijma. Wadi'ah Mashrifiyyah pada hakikatnya berbeda dengan wadi'ah pada umumnya sebagaimana yang dikenal dalam literatur fiqih. Wadi'ah mashrifiyyah pada hakikatnya adalah utang piutang sedangkan wadi'ah tidak ada ganti rugi atas musibah yang terjadi kecuali apabila karena kelalaian atau disengaja.
4	Ricky Rainaldo Al Hafid	Analisis Komparatif Produk Tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah dengan Tabungan Mudharabah Mutlaqah pada PT. Bank Aceh Syariah. Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018. ¹⁴	Pada aspek pengembalian (<i>return</i>) tabungan mudharabah mutlaqah 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.
5	Jamiah Harahap	Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Prof. HM Yamin. Skripsi UIN Sumatera Utara,	Dalam memasarkan produk tabungan marwah pandangan yang digunakan secara umum masih seperti pandangan yang dilakukan oleh bank

¹³ Atep Waluya, Perbankan Syariah, and Fakultas Agama, "Hakikat Al-Wadiah al-Mashrifiyyah" 3 (January 1, 2017): hal 105, <https://doi.org/10.20885/jielariba>.

¹⁴ Ricky Rainaldo Al Hafid, "Analisis Komparatif Produk Tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah Dengan Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Aceh Syariah" (Banda Aceh, Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh, 2018), hal 106-107.

		Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Medan, 2018.	lain yaitu lebih menguatkan pada pandangan dalam hal promosi. Agar produk bisa di kenal dan diminati nasabah.
6	Muhammad Ainnur Rifqi	Strategi Pemasaran dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang. Skripsi IAIN Salatiga, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2015. ¹⁵	Strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang dalam pemasaran produk khususnya tabungan wadi'ah dengan menggunakan sistem <i>marketing mix</i> .
7	Basma Hairani	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah dan Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Riau Kepri Syariah. Tesis Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Pekanbaru, 2012. ¹⁶	Upaya promosi yang dilakukan oleh karyawan dilakukan dengan kurang baik namun keputusan tetap ditangan nasabah itu sendiri.

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

1. Ahmad Syahrizal dan Heru Setiawan membahas tentang Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala

¹⁵ Muhammad Ainur Rifqi, "Muhammad Ainur Rifqi, "Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang" (Semarang, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2015), hal 63.

¹⁶ Basma Hairani, "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah Dan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Riau Kepri Syariah", (Pekanbaru, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Pekanbaru, 2012), hal 133.

Tungkal, sedangkan peneliti membahas tentang Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah pada PT Bank SUMUT Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian ini yaitu dalam strategi pemasarannya yang sama-sama menggunakan strategi utama yaitu *marketing mix (product, price, place, promotion)* dan juga sama-sama meneliti tentang produk wadia'ah sedangkan yang menjadi pembeda dalam penelitian ini lokasi yang ditentukan oleh peneliti berbeda dengan peneliti terdahulu.

2. Miftahul Jannah dan Farid Fathony Ashal membahas tentang Analisis Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Berbasis Syariah dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Produk Nozy Juice di Kota Banda Aceh, sedangkan penulis membahas tentang Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. 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 Nozy Juice serta tempat penelitian yang berbeda.
3. Atep Hendang Waluya membahas tentang Hakikat Wadi'ah al-mashrifiyah sedangkan penulis membahas tentang Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Adapun yang menjadi persamaan dalam penelitian di atas adalah peneliti terdahulu dan peneliti sama-sama

membahas tentang wadi'ah yang mana pada akad wadi'ah tidak ada ganti rugi atas musibah yang terjadi kecuali apabila karena kelalaian atau disengaja. Sedangkan yang menjadi perbedaannya adalah pada jurnal peneliti terdahulu hanya membahas tentang hakikat wadi'ah saja sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran tabungan wadi'ah itu sendiri.

4. 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 Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Persamaan dalam penelitian ini adalah dimana penelitian sama-sama membahas tentang wadi'ah namun yang membedakannya yaitu peneliti terdahulu membandingkan antara wadi'ah dengan mudharabah pada aspek pengembalian dan aspek biaya sementara peneliti hanya membahas tentang strategi wadi'ah saja.
5. Jamiah Harahap membahas tentang Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi'ah 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 wadi'ah namun yang membedakannya adalah lokasi penelitian dan peneliti terdahulu membahas tentang pelaksanaan tugas pemasaran sedangkan peneliti membahas tentang strategi pemasaran tabungan wadi'ah itu sendiri.

6. Muhammad Ainur Rifqi membahas tentang Strategi Pemasaran dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah 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 wadi'ah tersebut.
7. Basma Domrah Hairani membahas tentang Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah dan Mudharabah dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Bank Riau Kepri Syariah. Persamaannya yaitu peneliti sama-sama membahas bagaimana strategi pemasaran tabungan wadi'ah dan yang menjadi perbedaan yaitu peneliti terdahulu membahas tentang mudharabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat Jl. Ahmad Yani No. 120 BC Rantauprapat. Penelitian ini dilakukan dari Februari 2020 sampai dengan Februari 2021.

B. Jenis Penelitian

Berdasarkan dari judul peneliti, penelitian ini termasuk penelitian lapangan yaitu di Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat 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.

Adapun jenis penelitian adalah penelitian dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang.¹⁷ Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada berlangsung. Pendekatan ini ditentukan berdasarkan pertimbangan bahan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

¹⁷ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hal.42.

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 Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Dapat disimpulkan bahwa objek atau variabel dari penelitian ini adalah bagaimana strategi promosi produk tabungan iB martabe wadi'ah, sedangkan subjek dari penelitian ini merupakan karyawan PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Dengan subjek penelitian yang berjumlah 4 (empat) orang.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi dua, yaitu :

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 Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat diantaranya struktur organisasi bank, sejarah bank, visi dan misi, dan statemen budaya perusahaan.
2. Data sekunder adalah pihak-pihak yang mengetahui tentang keberadaan subjek dan objek peneliti atau yang terlibat secara tidak langsung dengan masalah objek peneliti. Data sekunder disini merupakan data tambahan

seperti buku-buku dari perpustakaan.¹⁸ 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 penelitian ini diperoleh dari buku-buku referensi dan informasi lain yang berhubungan dengan penelitian.¹⁹

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dari lapangan dengan menggunakan instrumen-instrumen yang diperlukan dalam penelitian. Disamping menggunakan instrumen dapat pula dilakukan dengan mempelajari dokumentasi-dokumentasi atau catatan yang menunjang penelitian. Sebelum mengumpulkan data maka yang paling terpenting adalah melakukan observasi (pengamatan langsung) ke lapangan supaya tidak terkendala pada saat pelaksanaan penelitian, maka peneliti menggunakan instrumen pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah pencarian data dengan cara tanya jawab seara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang perwakilan (peneliti) dengan orang yang diwawancarai. Pada penelitian ini yang menjadi narasumber adalah karyawan maupun seksi operasional, seksi pemasaran, pelaksana pemasaran, analisa dan *Customer Service* pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat. Dimana wawancara juga

¹⁸ S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hal. 155.

¹⁹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 103.

merupakan interview dengan melakukan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.

2. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui proses pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap objek yang diamati secara langsung. Dalam metode ini pihak pengamat melakukan pengamatan dan pengukuran dengan teliti terhadap objek yang diamati, bagaimana keadaannya, kemudian dicatat secara cermat dan sistematis peristiwa-peristiwa yang diamati, sehingga data yang diperoleh tidak luput dari pengamatan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain.

F. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara catatan lapangan, bahan bahan lain, sehingga dapat dengan mudah dipahami, analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkan kedalam unit-unit, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. adapun proses analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis sebelum dilapangan

Analisis ini dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data skunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus peneltin ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.²⁰ Analisis sebelum dilapangan termuat dari latar belakang yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang digunakan, mengingat banyaknya jumlah bank yang berdiri di Rantauprapat.

2. Analisis selama dilapangan

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung. Pada saat wawancara peneliti sudah analisis terhadap jawaban hasil wawancara, apabila jawaban yang di wawancarai setelah di analisis belum memuaskan, maka peneliti akan mengajukan pertanyaan lagi sampai data yang diperoleh dianggap kredibel.

Adapun langkah-langkah analisis data yaitu sebagai berikut:

- a. Editing data, yaitu menyusun redaksi dan menjadikan susunan kalimat yang sistematis.
- b. Klasifikasi data, yaitu menyeleksi data dan mengelompokkannya sesuai dengan topik-topik pembahasan.
- c. Reduksi data, yaitu memeriksa kelengkapan yang tidak relevan. Memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal hal yang penting.

²⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 4.

Dengan demikian data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas.

- d. Penarikan kesimpulan, yaitu menerangkan uraian-uraian data dalam beberapa kalimat yang mengandung suatu pengertian secara singkat dan padat.

3. Analisis Lingkungan Usaha (SWOT)

Setelah mengkaji keadaan lingkungan, baik lingkungan makro maupun lingkungan mikro, maka sebuah perusahaan dapat membuat analisis SWOT. Analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisa SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi isu-isu internal dan eksternal yang mempengaruhi kemampuan dalam memasarkan produk. Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu :

- a. Strengths (kekuatan)

Analisis terhadap unsur kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Misalnya saja menganalisis tentang kelebihan apa saja yang dimiliki oleh perusahaan seperti dari segi teknologi, kualitas hasil produksi, lokasi strategis atau unsur kekuatan lainnya yang lebih menekankan pada keunggulan perusahaan.

- b. Weakness (kelemahan)

Selain melihat unsur kekuatan perusahaan sangat penting untuk mengetahui apa kelemahan yang dimiliki perusahaan. Untuk mengetahui kelemahan perusahaan bisa dengan melakukan perbandingan dengan

pesaing seperti apa yang dimiliki perusahaan lain namun tidak dimiliki perusahaan anda.

c. Opportunities (peluang)

Unsur peluang termasuk daftar apa saja yang memungkinkan bisnis mampu bertahan dan diterima di masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

d. Threats (ancaman)

Analisis terhadap unsur ancaman sangat penting karena menentukan apakah bisnis dapat bertahan atau tidak di masa depan. Beberapa hal yang termasuk unsur ancaman misalnya banyaknya pesaing, ketersediaan sumber daya, jangka waktu minat konsumen, dan lain sebagainya.

G. Teknik Keabsahan Data

1. Perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan yaitu peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Keikutsertaan tersebut tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan penelitian. Perpanjangan keikutsertaan penelitian memungkinkan peningkatan derajat keabsahan data yang di kumpulkan. Dimana jika penelitian belum mendapatkan data yang dibutuhkan atau masih kurang maka peneliti kembali ke lapangan untuk menambahi kekurangan data yang dihasilkan menjadi valid.

2. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan adalah bertujuan menemukan ciri-ciri atau unsur-unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan atau isu yang sedang diteliti, kemudian memusatkan perhatian pada hal tersebut secara rinci dan sesuai. Ketekunan pengamatan merupakan peneliti dapat mengadakan pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap faktor-faktor yang menonjol.

3. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.

4. Menggunakan bahan referensi

Menggunakan bahan referensi adalah pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan oleh peneliti sebagai contohnya, data hasil wawancara perlu didukung dengan adanya rekaman wawancara data tentang interaksi manusia, atau gambaran suatu keadaan perlu didukung oleh foto-foto, dan dokumen autentik, sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU 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 Sumatera Utara.

Kemudian dalam perkembangannya sesuai dengan kebutuhannya maka pada tanggal 16 april 1999 bentuk hukum diubah menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan Akte Pendirian Persero Terbatas No. 38/1999 Notaris Alina Hanum Nasution, SH yang telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman RI No. C-8224 HT.01.01/1999 dan telah diumumkan dalam berita Negara RI.No.54 Tanggal 06 Juli 1999. Dasar perubahan bentuk hukum sebelumnya telah diluangkan dalam Perda TK. 1 Sumatera Utara No. 2/1999.Sesuai dengan

kebutuhan dan perkembangan selanjutnya dengan Akte No. 31, tanggal 31 Desember 1999.²¹

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari dengan tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapat layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama di kalangan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU. No. 10 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis Moneter pada tahun 1987. Selain bank umum yang membuka divisi usaha syariah bank konvensional seperti Bank Sumut juga berperan didalamnya untuk membuka unit/divisi usaha syariah.

Pendirian unit usaha syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat religius, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga bank adalah haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Hasil survei yang dilakukan di delapan kota di Sumatera Utara menunjukkan minat masyarakat terhadap pelayanan bank cukup tinggi yakni 70 persen untuk tingkat ketertarikan dan lebih dari 50 persen untuk

²¹ “Sejarah Bank Sumut,” *Bank Sumut* (blog), hal 1, accessed January 8, 2021, <https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/>.

keinginan mendapatkan pelayanan perbankan syariah. Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 4 November 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan 2 kantor cabang syariah (KCSy), yaitu KCSy Medan dan Padangsidempuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka KCSy Tebing Tinggi dilanjutkan dengan KCSy Stabat pada tanggal 26 Desember 2006. Selanjutnya pada tahun 2007, Bank SUMUT telah membuka layanan syariah (*Officer Channeling*) pada 66 unit kantor cabang konvensional yang lain.

Gagasan dan wacana untuk mendirikan Unit Usaha Syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan *Stakeholder* Bank Sumut, khususnya Direksi dan Komisaris, yaitu sejak dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi bank konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah.

PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah diresmikan pada tanggal 04 November 2004, dengan dibukanya 2 unit kantor operasional yaitu, Kantor Cabang Syariah Medan dan Kantor Cabang Syariah Padangsidempuan. Sejalan dengan beriringnya waktu Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah memiliki 22 Kantor Operasional yang terdiri dari 5 Kantor Cabang dan 17 Kantor Cabang Pembantu Syariah yang tersebar di Medan dan kota-kota besar lainnya di Sumatera Utara, salah satunya PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat. Dengan berdirinya PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat diharapkan memberikan dampak positif terhadap

masyarakat sekitar. Dampak yang dimaksud salah satunya memberikan kesempatan kerja baru bagi masyarakat yang nantinya akan menambah pendapatan masyarakat. Selain itu diharapkan dapat menyalurkan pembiayaan konsumen dan usaha bagi masyarakat. PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat dapat menyalurkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang diberikan oleh pemerintah.

2. Visi dan Misi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat

a. Visi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat

Meningkatkan keunggulan Bank SUMUT dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.

b. Misi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat

Meningkatkan posisi PT. Bank Sumut melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesionalisme dan amanah.

3. Statement Budaya Perusahaan pada PT. Bank Sumut

a. Statement Budaya Perusahaan

Statement Budaya Perusahaan atau sering dikenal dengan nama Motto dari PT. Bank SUMUT adalah “Memberikan Pelayanan TERBAIK”. Makna dari TERBAIK yaitu:

- 1) Berusaha untuk selalu Terpercaya
- 2) Energik didalam melakukan setiapkegiatan
- 3) Senantiasa bersikapRamah
- 4) Membina Hubungan secaraBersahabat
- 5) Menciptakan suasana yang Aman dannyaman
- 6) Memiliki Integritas tinggi Integritastinggi
- 7) Komitmen penuh untuk memberikan yang terbaik.

b. Logo dan Makna dari Logo PT Bank SUMUT

Gambar 4.1 Logo PT. Bank Sumut Syariah



Sumber: *Bank Sumut Syariah Rantau prapat.*

Kata kunci dari logo PT Bank Sumut adalah SINERGY yaitu kerjasama yang erat sebagai langkah lanjut dalam rangka meningkatkan taraf hidup yang lebih baik, berbekal kemauan keras yang didasari dengan profesionalisme dan memberikan pelayanan yang terbaik. Bentuk Logo menggambarkan dua elemen dalam

bentuk huruf "U" yang saling berkait bersinergy membentuk huruf "S" yang merupakan kata awal "SUMUT".Sebuah penggambaran bentuk kerjasama yang sangat erat antara Bank Sumut dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank Sumut.

Warna Orange sebagai simbol suatu hasrat untuk terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan professional sebagaimana misi Bank Sumut.Warna Putih sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana statement Bank Sumut.Jenis huruf "Platino Bold" sederhana dan mudah dibaca.Penulisan Bank dengan huruf kecil dan SUMUT dengan huruf capital guna lebih mengedepankan Sumatera Utara, sebagai gambaran keinginan dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

c. Produk-Produk Bank Sumut Kantor Cantor Pembantu Syariah

Rantau Prapat

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 *Mudārabah Muthlaqah* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai

pemilik dana (*ṣāhibul māl*) dan Bank sebagai pengelola (*mudārib*).²²

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.

c) Giro

(1) Simpana 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

²²“Tabungan Marhamah,” *Bank Sumut* (blog), accessed January 8, 2021, <https://www.banksumut.co.id/tabungan-mahramah/>.

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 *Muḍārabah Muthlaqah*

deposito ibadah akan mengelola dana investasi nasabah sebagai investasi berjangka yang akan terus tumbuh dengan aman, berkah dan menguntungkan.²³

(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

²³ “Dokumen PT, Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat,” 2020.

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) Gadai Emas iB SUMUT

Gadai Emas iB SUMUT Adalah fasilitas pembiayaan dana tunai tanpa imbal jasa yang diberikan bank SUMUT Syariah kepada nasabah dengan jaminan berupa emas yang berprinsip Gadai Syariah. Nasabah hanya membayar berupa *fee* sebagai bayar sewa tempat penyimpanan emas.

b) ATM Syariah

ATM Syariah adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah tabungan iB Martabe 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.

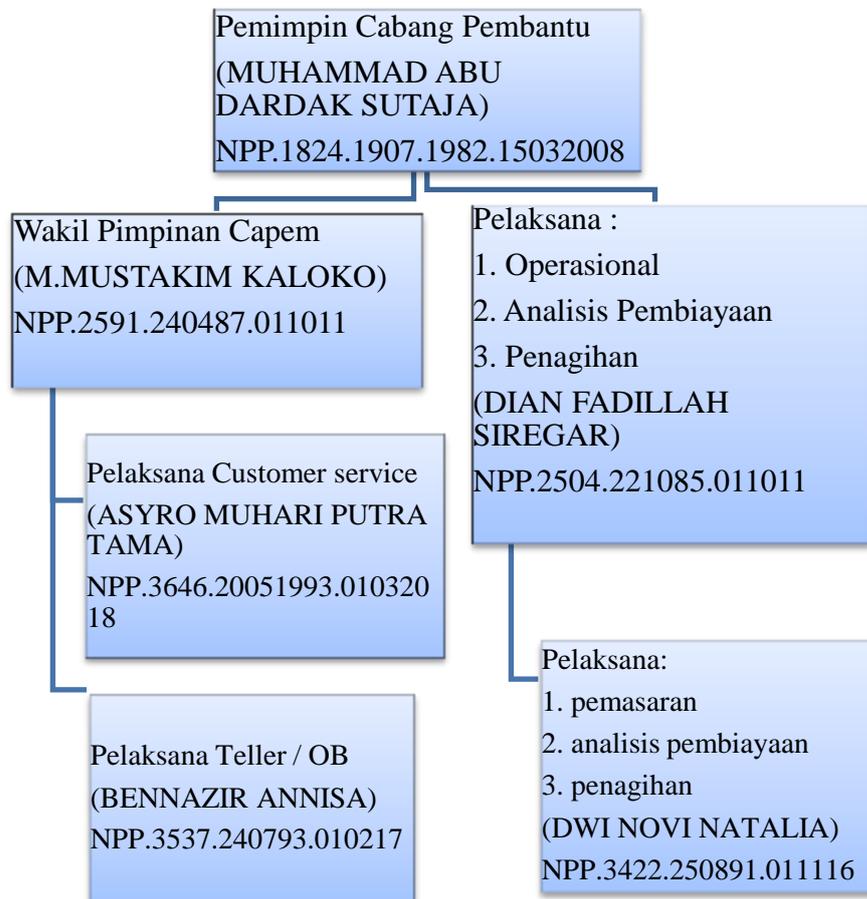
4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana memberikan wewenang dan tanggung jawab, baik secara vertikal maupun horizontal serta memberikan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membentuk pemimpin atau ketua umum dalam

mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam suatu organisasi.

Struktur organisasi Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Struktur organisasi merupakan alat untuk mencapai tujuan suatu perusahaan dalam memudahkan komunikasi serta kontrol atas semua aktivitas yang bertanggung jawab dalam tugas wewenang dalam perusahaan masing-masing bagian. Manajemen Bank Sumut Syariah melakukan restrukturisasi organisasi, dimana tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien, dalam hal menyatukan beberapa unit yang memiliki karakteristik yang sama dalam direktorat.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu
Syariah Rantau Prapat:



Sumber: *Bank Sumut Syariah Rantau prapat.*

5. Tugas dan Tanggung Jawab Pemimpin

Pemimpin berasal dari kata pimpinan yang artinya berada didepan dan memiliki pengikut baik orang tersebut menyenangi atau tidak. Ketika berbicara pimpinan, maka kita akan berbicara mengenai hal pemimpin yang baik mekanismenya dan struktur yang dipimpin.

Pemimpin adalah seseorang yang memiliki kecakapan dan kelebihan khususnya kecakapan atau kelebihan disatu bidang sehingga

dia mampu mempengaruhi orang lain untuk bersama-sama melakukan aktivitas-aktivitas tertentu demi pencapaian satu atau beberapa tujuan.

Kepemimpinan adalah manusia dalam kehidupan masyarakat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia: kepemimpinan berasal dari kata dasar pimpin dengan awalan menjadi memimpin berarti menuntun, memandu dan melatih dalam arti menggigit dan mengajari agar dapat mengerjakan sendiri.²⁴

a. Pemimpin Cabang Pembantu

Pemimpin cabang pembantu merupakan sosok seseorang yang mengarahkan, mengkoordinir, membina, merangkul, serta sebagai pemegang amanah tertinggi dalam sebuah perusahaan. Untuk itu banyak sekali yang harus diemban dalam melaksanakan tugas-tugas seorang pemimpin cabang pembantu.

Adapun tugas-tugas seorang pemimpin cabang pembantu diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Memimpin, mengkoordinir, membimbing, dan mengawasi serta melakukan penilaian terhadap kerja dari para karyawan.
- 2) Melaksanakan penghimpunan dana dan penyaluran dana dengan strategi yang telah ditetapkan dari unit usaha Syariah.
- 3) Membimbing dan mengarahkan kegiatan penghimpunan dana, serta pemasaran jasa-jasa Bank sesuai ketentuan yang telah ditetapkan kebijakan direksi.

²⁴ Andrie Soemitro, *Bank Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: : Kencana, 2009), hlm. 338.

- 4) Memantau kegiatan operasional cabang agar tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah serta meminta pengarahan dari Dewan Pengawas Syariah.
- 5) Mengarahkan dan memandu para karyawan agar bertingkah laku sesuai dengan prinsip Islami.
- 6) Mengarahkan dan membimbing para karyawan agar menyusun program laporan tahunan.
- 7) Melaksanakan evaluasi kerja dari program-program kerja yang telah ditargetkan.
- 8) Menjalankan roda organisasi yang sehat secara kekeluargaan.
- 9) Mengupayakan untuk menyelesaikan pembiayaan yang kurang lancar.
- 10) Mengadakan rapat secara rutin guna memelihara serta meningkatkan *performance* kantor cabang pembantu/pelayanan kepada nasabah serta tataruang dari kantor.
- 11) Memberikan saran-saran maupun pertimbangan kepada direksi unit usaha Syariah guna perbaikan dan perubahan kearah yang lebih mapan.

Adapun tanggung jawab seorang pemimpin Cabang Pembantu diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pencapaian target kantor cabang dalam program kerja.
- 2) Pelaksanaan fungsi, tugas dan wewenang pimpinan kantor cabang pembantu.

- 3) Disiplin kerja pejabat/pengawai kantor cabang pembantu.
- 4) Keselamatan dokumen arsip serta perlengkapan inventasi lain di kantor cabang pembantu.
- 5) Keamanan penggunaan data transaksi melalui OLIB'S serta menjaga rahasia jabatan dan rahasia Bank.²⁵

b. Wakil Pimpinan Cabang

Adapun tugas wakil pimpinan cabang diantaranya sebagai berikut:

- 1) Memberikan saran-saran dan pertimbangan-pertimbangan kepada pimpinan cabang pembantu tentang langkah-langkah yang perlu diambil dalam tugasnya.
- 2) Supervisi unit kerja yang ada pada bawahannya.
- 3) Membantu tugas pimpinan Cabang Pembantu dalam mengawasi kinerja para karyawan dikantor ketika pimpinan tidak berada dikantor.
- 4) Melakukan upaya meningkatkan pelayanan nasabah.
- 5) Mengkoordinir dan memeriksa laporan-laporan analisa, serta memberikan saran antisipasi untuk menindaklanjutinya.
- 6) Melakukan pembinaan, pengawasan, dan peraturan seluruh kegiatan operasional Kantor Cabang Pembantu.
- 7) Mengatur kebutuhan likuiditas kantor Cabang Pembantu setiap harinya.

²⁵ "Dokumen PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat," n.d.

- 8) Memeriksa dan meneliti kebenaran bilyet deposito, kliring, serta lampiran neraca dalam saldo rekening.
- 9) Menguasai penggunaan seluruh harta dalam kotor.

Adapun tanggung jawab seorang wakil pemimpin cabang pembantu diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaan fungsi, tugas dan wewenang.
- 2) Displin kerja pegawai dan karyawan lainnya.
- 3) Keselamatan dokumen, arsip serta kelengkapan inventaris lainnya.
- 4) Penggunaan dan transaksi melalui OLIB'S.
- 5) Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia Bank.

Adapun wewenang dari seorang wakil pemimpin cabang pembantu diantaranya sebagai berikut:

- 1) Mewakili pimpinan cabang apabila diperlukan untuk mengadakan hubungan dengan pihak lain sehubungan dengan adanya tugas dari kantor.
- 2) Memaraf dan menandatangani laporan-laporan, serta semua warkat-warkat dari surat berharga. Surat-surat yang menyangkut operasional kantor cabang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Memberi izin cuti pegawai dan pejabat bawahannya yang meneruskan kepada pemimpin cabang pembantu sesuai ketentuan yang berlaku.

- 4) Menilai prestasi kerja pejabat dan pengawai yang dibawahnya dan meneruskannya kepada pimpinan cabang pembantu.
- 5) Melaksanakan seluruh tugas, wewenang, dan tanggung jawab pimpinan cabang pembantu sesuai ketentuan yang berlaku apabila pemimpin cabang berhalangan.

c. Pemimpin Seksi Pemasaran

Adapun tugas seorang pimpinan seksi pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengkoordinasikan proses pemeliharaan nasabah sistem dalam rangka peningkatan kepuasan nasabah.
- 2) Merekomendasikan pemetaan potensi bisnis hasil analisa informasi *market intelligence* terkait produk dana dan jasa serta pembiayaan agar tercapainya target produk dana dan jasa serta pembiayaan.
- 3) Melaksanakan dan mendistribusikan tugas terkait kegiatan monitoring dan supervisi pembiayaan sandi 1-2 sesuai ketentuan yang berlaku.
- 4) Mengkoordinasikan dan memonitor proses penilaian pembiayaan dan keabsahan legalitas dokumen pembiayaan untuk menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan pada calon debitur.
- 5) Mengkoordinasikan program pemasaran produk dana, jasa dan pembiayaan agar tercapainya target bisnis.

- 6) Melakukan kegiatan pemutusan permohonan kredit hasil analisis untuk menjaga kualitas pembiayaan yang diberikan pada calon debitur.
- 7) Mengevaluasi kinerja bawahan untuk memastikan pencapaian target kinerja.
- 8) Memonitor kepatuhan kebijakan, sistem dan prosedur dalam rangka terlaksananya penerapan *standar operating procedure* di unit kerjanya.
- 9) Menerapkan dan memonitor prinsip-prinsip GCG dalam rangka terciptanya standar tata kelola *Good Corporate Governance* di unit kerjanya.
- 10) Memonitor pengelolaan resiko dalam rangka terciptanya manajemen resiko yang baik dan benar di unit kerjanya.
- 11) Menerapkan kegiatan budaya kepatuhan dalam rangka terpenuhinya kepatuhan terhadap ketentuan di unit kerjanya.
- 12) Menerapkan pengelolaan dokumen, arsip dan inventaris dalam rangka menjaga kerahasiaan dokumen dan aset di unit kerjanya.
- 13) Mengidentifikasi keterbukaan informasi di unit kerjanya dalam rangka menjaga kerahasiaan jabatan dan rahasia bank.

Adapun tanggung jawab seorang pimpinan seksi pemasaran diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan operasional di seksi pemasaran.

- 2) Memberikan saran-saran atau langkah-langkah kepada pimpinan cabang yang perlu untuk diambil.
- 3) Membuat rencana kerja tahunan dan *action program* dari seksi pemasaran.
- 4) Memeriksa, menganalisa keabsahan dan kelengkapan dokumen nasabah yang hendak melakukan pembiayaan.
- 5) Mengajukan memorandum kepada pimpinan cabang/wakil pimpinan cabang untuk mengadakan rapat komite pemutusan pembiayaan.
- 6) Menyusun jadwal kunjungan kepada calon nasabah maupun kunjungan kepada nasabah yang macet pembayarannya.
- 7) Mempersiapkan surat-surat pengajuan permohonan izin memberikan pembiayaan kepada divisi usaha syariah apabila jumlah plafond melebihi wewenang pemimpin cabang.
- 8) Melakukan peninjauan proyek-proyek yang dibiayai, serta melakukan koordinasi kepada perusahaan tersebut.
- 9) Memelihara *performance* porfolio pembiayaan yang direalisasikan.
- 10) Memberikan surat panggilan kepada para nasabah yang melakukan penunggakan.
- 11) Mencari nasabah baru yang bisa diajak bekerja sama guna untuk mencapai target dari bank.

- 12) Melaksanakan tugas-tugas lain sesuai dan berhubungan dengan seksi pemasaran.

d. Pimpinan Seksi Pelayanan Nasabah

Adapun tugas dari seorang pimpinan seksi pelayanan nasabah diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan saran-saran atau pertimbangan-pertimbangan kepada wakil pemimpin cabang pembantu tentang langkah-langkah yang perlu untuk diambil.
- 2) Mengawasi dan mengatur segala kegiatan operasional di seksi pelayanan nasabah.
- 3) Membuat rencana kerja anggaran tahunan dan penyusutan *action program* dari pelayanan nasabah.
- 4) Memberikan kebenaran pembukuan penerima/penarikan tabungan/deposito pada slip/kas bon kredit ketentuan yang berlaku.
- 5) Meneliti dan memeriksa pembayaran warkat-warkat seluruh transaksi yang menjadi bagian tugas dari seksi pelayanan nasabah.
- 6) Memeriksa kebenaran perhitungan dari penutupan kas dan perincian kas serta mencocokkannya dengan jumlah uang dalam kluis.
- 7) Melakukan supervisi atas kebenaran data yang diinput ke OLIB'S dengan ketentuan yang berlaku.

- 8) Memelihara dan menjaga agar uang yang ada di brankas cukup untuk operasi sehari-hari dan memastikan uang tunai Teller masih dalam keadaan yang standar.
- 9) Membuat laporan-laporan yang berhubungan dengan tugas seksi pelayanan nasabah.
- 10) Menerima, memeriksa, memproses dan menandatangani yang berhubungan dengan kartu ATM sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 11) Mencetak prinsip mengenal nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 12) Melaksanakan prinsip mengenal nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 13) Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai dengan ketentuan pelayanan nasabah

Adapun tanggung jawab dari seorang pimpinan seksi pelayanan nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaan tugas, fungsi dan wewenang.
- 2) Keselamatan arsip, serta perlengkapan inventaris lainnya.
- 3) Keamanan penggunaan OLIB'S.

e. Pimpinan seksi operasional

Adapun tugas dari seorang pimpinan seksi operasional diantaranya sebagaimana berikut ini:

- 1) Mengatur, mengawasi, seluruh kegiatan di seksi operasional. Memberikan saran atau pertimbangan kepada wakil pimpinan cabang tentang langkah yang perlu diambil.
- 2) Membuat kerja anggaran tahunan dan penyusunan *action program* dari seksi operasional pelaksanaan transfer/ pajak/ inkaso/ kliring dan pelaksanaan verifikasi berkas dari data-data yang masuk.
- 3) Memeriksa kebenaran posting transaksi seluruh laporan di seksi pemasaran untuk di input ke OLIB'S.
- 4) Memeriksa bukti dan pembayaran berkenaan dengan rekening para nasabah.
- 5) Menghadiri pertemuan kliring pada saat dianggap perlu melaksanakan administrasi.
- 6) Melakukan verifikasi atas seluruh nota yang telah di input ke OLIB'S pada hari yang sama sebelum bukti transaksi tersebut di sampaikan kepada kontrol intern.
- 7) Mencetak rekening giro/ pembiayaan dan seluruh data yang di butuhkan untuk keperluan laporan/pengarsipan lain.
- 8) Mencetak rekap notasi gabungan serta posisi neraca dan laba rugi untuk disampaikan ke unit yang memerlukan. Mengkoordinir ongkos-ongkos yang masih harus dibayar pada akhir tahun buku.
- 9) Mengatur pemakaian kendaraan dinas untuk keperluan kantor.

- 10) Menata dan mengarsipkan file dan dokumen yang penting.
- 11) Membuat daftar aktiva tetap dan inventaris serta mengirimkannya ke divisi usaha syariah.
- 12) Membuat surat berita acara penerimaan dan penyerahan surat asli barang agunan dan surat berharga lainnya.
- 13) Melakukan tugas-tugas lainnya yang sesuai dengan seksi operasional.

Adapun tanggung jawab dari seorang pimpinan seksi operasional adalah sebagai berikut:

- 1) Pelaksanaan tugas, fungsi dan wewenang.
- 2) Keselamatan arsip, serta perlengkapan investaris lainnya.
- 3) Keamanan pengguna OLIB'S.
- 4) Keselamatan dan keabsahan serta surat berharga dan barang agunan lainnya yang berada di seksi operasional.
- 5) Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank.

Adapun wewenang dari pimpinan seksi APP adalah sebagai berikut:

- 1) Menandatangani dan memaraf surat-surat maupun surat berharga lainnya.
- 2) Menerima surat asli barang agunan maupun surat berharga lainnya.
- 3) Menilai prestasi kerja dari pegawai di seksi operasional.

- 4) Melaksanakan wewenang lainnya sesuai ketentuan yang berlaku.

B. Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan agar produknya dikenal dan diminati. Hal ini juga yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat. Untuk memperkenalkan produknya agar lebih diminati tentunya ada strategi tersendiri yang dimiliki oleh Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam melakukan strategi pemasaran produknya yaitu dengan cara Menyebarkan brosur atau membagikan lembaran brosur di lingkungan masyarakat, menempel brosur di tempat yang biasa masyarakat kunjungi, tempat umum seperti tempat makan dan minum. Menawarkan produk tersebut jika nasabah melakukan transaksi di bank. Jika nasabah datang ke bank maka karyawan maupun keseluruhan karyawan akan mempromosikan produk apa saja yang ada di dalam bank tersebut. Memasarkan produk tersebut jika pihak bank sedang melakukan pertemuan langsung terhadap nasabah. Jika pihak bank pergi ke lapangan untuk melakukan pemasaran, analisis pembiayaan maupun penagihan maka seluruh pelaksana memasarkan produk yang ada. Melakukan Pemasaran Secara Langsung. Pemasaran secara langsung ini adalah pemasaran yang

dilakukan mulai dari manejer sampai *Cleaning Servis* atau satpam akan melakukan promosi untuk menarik minat terhadap produk yang ditawarkan pada saat waktu yang memungkinkan.

Melakukan sosialisasi kepada sekolah, universitas maupun kantor. Dalam hal ini target yang dituju adalah para siswa, siswi, mahasiswa, dan pada karyawan, pegawai, ataupun pejabat negara lainnya. Ini merupakan strategi khusus yang dilakukan oleh Bank karena masih banyak pelajar yang belum pernah menabung di bank dan tidak tahu produk-produk dari bank. Begitu juga para karyawan dan pegawai yang bekerja di perusahaan ataupun perkantoran yang tidak tahu ada banyak produk yang menawarkan keuntungan. Maka dari, itu sosialisasi sangat penting dilakukan untuk meningkatkan nasabah dan memperkenalkan berbagai macam produk dari bank Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.²⁶

Menyebarkan Brosur disekitar Bank, Yaitu dengan cara menempel lembaran di area sekitaran bank khususnya di meja, tembok, tiang, maupun papan pengumuman yang tersedia, namun dengan dekorasi yang baik agar ruangan tetap terlihat rapi dan tidak berantakan. Meletakkan brosur di sekitaran tempat nasabah mengambil berkas setoran penarikan maupun tabungan. Cara ini juga dilakukan karena pada saat nasabah mendapatkan antrian dan menunggu, banyak nasabah yang mencari tahu produk dari Bank dengan membaca lembaran brosur yang diletakkan di area tersebut.

²⁶ Dwi Novi Natalia, Strategi Pemasaran Tabungan Ib Martabe Wadiah, September 10, 2020.

Memasarkan produk pada saat nasabah berkunjung. Strategi ini dilakukan pada saat nasabah berkunjung ke bank baik itu membuka tabungan, melakukan penarikan atau penyetoran, ataupun pembayaran dan pembiayaan lainnya. Para karyawan juga ikut memasarkan produk wadiah dan produk lainnya. Untuk meningkatkan jumlah nasabah, sekaligus melakukan pendekatan terhadap nasabah, dan memberikan brosur tersebut kepada nasabah ketika nasabah sudah selesai melakukan kegiatan pada Bank.

Seluruh karyawan dan pimpinan juga akan memasarkan produk dari Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat melalui media elektronik baik itu sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp, telegram, dan media lainnya seperti situs web. Ini merupakan strategi khusus yang dilakukan Bank Sumut Syariah KCP. Rantauprapat untuk menambah jumlah nasabahnya. Dengan memanfaatkan teknologi yang terus berkembang bisa mendapatkan peluang lebih agar produk yang di pasarkan tersampaikan dan diketahui banyak masyarakat pengguna sosial media tentang produk bank itu sendiri, baik itu keluarga, teman dekat, maupun teman yang ada di sosial media tersebut. Apalagi pada saat ini merupakan masa pandemi yang mengharuskan masyarakat melakukan banyak aktivitas dari rumah. Ini merupakan strategi khusus yang dilakukan Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat untuk meningkatkan jumlah nasabahnya.²⁷

Mengikuti acara-acara khusus para karyawan yang ikut serta dalam beberapa acara-acara khusus juga akan memasarkan produk wadiah agar

²⁷ Asyro Muhari Putra Tama, strategi pemasaran tabungan IB martabe wadiah, September 10, 2020.

masyarakat lebih mengenal produk wadiah dan berminat menabung di Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat, jadi bank tersebut melakukan promosi dan memanfaatkan acara-acara khusus. Bank akan bekerja sama dengan beberapa pihak meliputi sekolah-sekolah, kantor, universitas maupun didalam sebuah acara masyarakat.

Melakukan pemasaran langsung kepada masyarakat dengan cara mengunjungi tempat tinggal nasabah tersebut, disini dikhususkan untuk nasabah yang sudah pernah menjalin hubungan kerjasama yang baik dengan bank. Pada saat kunjungan ini para karyawan juga akan memasarkannya kekeluarga terdekat maupun teman dari nasabah tersebut.

Selain mencari nasabah baru, pelayanan yang baik dan kepuasan nasabah juga merupakan suatu strategi dalam memasarkan produk karena pelayanan yang baik juga akan membuat nasabah menjadi loyal dan nasabah juga akan meminta produk yang lain. Melakukan pemasaran secara langsung (*personalselling*) kepada masyarakat maupun nasabah. Di dalam pemasaran langsung ini seluruh karyawan ikut serta dalam memasarkan produk tersebut guna untuk mendapatkan dan meningkatkan nasabah. Namun pada saat waktu yang memungkinkan. Namun karena masa pandemi yang terjadi saa ini pemasaran melalui media elektronik ataupun sosial media sering dilakukan dan lumayan efektif untuk memasarkan dan menarik jumlah nasabah .²⁸

²⁸ Bapak Dian Fadillah Siregar, bagaimana strategi pemaaran tabungan IB martabe wadiah, September 10, 2020.

C. Pembahasan

Tabungan IB Martabe Wadiah merupakan tabungan yang bersifat titipan murni dimana nasabah menitipkan sebagian hartanya kepada Bank dan Bank mengelola dana tersebut atas izin si nasabah penabung. Tabungan IB Martabe Wadiah tidak mendapatkan keuntungan dari bagi hasil, namun keuntungan yang didapatkan dari IB Martabe Wadiah adalah Bank akan memberikan bonus yang besar kepada nasabah karena telah bekerjasama dengan baik, namun tidak diperjanjikan di awal akad.

Menurut Philip Kotler 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 sasaran.²⁹ Ahmad Syahrizal dalam jurnalnya yang berjudul Strategi Pemasaran Tabungan Wadi'ah Simpatik pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala Tungkal juga menggunakan strategi *marketing mix* dan *chanelling* dimana bank menjalin kerjasama dengan beberapa lembaga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dalam pembukaan Tabungan IB Martabe Wadiah hanya menggunakan KTP dan mengisi formulir pembukaan rekening, sesuai dengan perencanaannya tabungan IB Martabe wadiah ini dikeluarkan untuk masyarakat kelas menengah, mahasiswa, para pelajar maupun konsumen yang menginginkan tabungan yang memiliki biaya administrasi yang rendah, unuk mempertahankan produknya agar tetap diminati Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah

²⁹ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009) hal 12.

Rantauprapat menyiapkan sistem manajemen produk agar dapat menyesuaikan produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen, tuntutan zaman serta persaingan yang ada dan melihat pangsa pasar sehingga mutu dan kualitas produk tetap terjaga. Maka dari itu untuk pembukaan tabungan IB Martabe Wadiah sangat mudah karena hanya menggunakan KTP dan mengisi formulir pembukaan rekening dengan biaya awal yang sangat murah.

Harga ataupun biaya administrasi awal untuk tabungan IB Martabe Wadiah minimal 10.000 rupiah tanpa dikenakan biaya administrasi bulanan. Dan ini membuat tabungan IB Martabe Wadiah lebih unggul dari bank lainnya. 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.

Lokasi dari PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat berada di dekat pusat kota Rantauprapat, dan juga dekat dengan kantor bupati Labuhabatu, Ini merupakan tempat yang sangat strategis dan mudah di jangkau.

Promosi yang dilakukan oleh Bank Sumut Syariah dalam memasarkan tabungan IB Martabe Wadiah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat yakni sebagai berikut: Menyebarkan brosur atau membagikan lembaran brosur, memperkenalkan produk, memasarkan

produk, melakukan sosialisasi, menyebarkan brosur di sekitar bank, mengikuti acara-acara khusus, mengunjungi nasabah, melakukan pemasaran secara langsung (*personal selling*), memasarkan produk melalui media sosial. 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 Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat dalam memasarkan produknya para karyawan akan terjun ke lapangan untuk memasarkan produknya, mengikuti kegiatan-kegiatan yang ada di sekolah-sekolah dan juga di lingkungan masyarakat.

Jamiah Harahap dalam jurnalnya yang berjudul Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi’ah 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 Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat, dalam memasarkan produknya dilakukan pendekatan dan juga kerjasama terhadap masyarakat, lembaga sosial dan lembaga kenegaraan.

Berlandaskan data-data yang didapatkan peneliti pada penelitian ini, maka dapat di simpulkan bahwa Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadi’ah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat adalah dengan cara menerapkan elemen-elemen *marketing mix*

yaitu produk, tempat, harga, promosi dan melakukan pemasaran secara langsung maupun pemasaran secara tidak langsung atau melalui media social dan menjalin kerjasama dengan lembaga pemerintah dan lembaga social di sekitaran kota Rantauprapat. Adapun lembaga yang telah menjalin kerjasama dengan Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat yaitu:

1. Lembaga Sosial

- a. SD N 112137 Rantauprapat
- b. MAN Rantauprapat
- c. MAN Labuhanbatu

2. Lembaga Pemerintahan yaitu Pemerintahan Kabupaten Labuhan batu, dimana sebagian PNS (Pegawai Negri Sipil) yang bekerja di kantor Bupati Labuhanbatu adalah nasabah simpanan tabungan IB Martabe Wadiah.

D. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang di dapat oleh peneliti yaitu, proses pengambilan data dan wawancara yang sulit dikarenakan penelitian ini dilakukan pada masa pandemic Covid 19 yang membatasi peneliti untuk melakukan temuan secara langsung dan mematuhi protokol kesehatan. Peneliti tidak dapat menjamin kejujuran informan dalam memberikan informasi atau data yang berkaitan dengan penelitian ini dan teori pendukung untuk penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat yaitu dengan bauran pemasaran, yang diantaranya yaitu produk, harga, lokasi, dan promosi. Produk tabungan IB Martabe Wadiah sangat membantu untuk nasabah yang ingin menabung. Untuk persyaratan pembukaan tabungan IB Martabe Wadiah sangatlah mudah karena hanya memerlukan KTP dan mengisi formulir pembukaan tabungan IB Martabe Wadiah. Tabungan IB Martabe Wadiah juga dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan, untuk pembelian dan pembayaran melalui ATM dan dijamin oleh LPS (Lembaga Pengawas Syariah). Sementara itu untuk harga ataupun setoran awal tabungan IB Martabe wadiah sangat murah yaitu Rp. 10.000 dan tidak dikenakan biaya administrasi bulanan. Untuk Lokasi Bank Sumut Syariah kantor cabang pembantu Syariah Rantauprapat sangat strategis, berada didekat pusat kota Rantauprapat dan dekat dengan area perkantoran pemerintah kabupaten labuhanbatu dan lembaga pendidikan sehigga mudah di jangkau. Sementara itu untuk mempromosikan produknya Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat melakukan pemasaran secara langsung, menyebarkan brosur, membuat spanduk, melakukan pemasaran melalui media sosial dan situs web, dan bekerjasama dengan lembaga pemerintah dan lembaga pendidikan yang ada di sekitar Rantauprapat.

B. Saran

1. PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat disarankan agar lebih meningkatkan strateginya yang lebih baik dan luas.
2. Meningkatkan pemasaran dengan melalui media cetak maupun media elektronik dan agar lebih ikut serta dalam berbagai kegiatan.
3. Menambah mesin ATM Bank Sumut syariah di daerah nasabah baik itu sekolah dan pusat perbelanjaan.
4. Meningkatkan kinerja dalam pemasaran dan pelayanan.
5. Meningkatkan kepuasan nasabah untuk mendapatkan loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: erlangga,1993.
- Andrie Soemitro. *Bank Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: kencana,2009
- Ascaraya.*Akad Dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Asyro Muhari Putra Tama. Strategi Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah, September 10, 2020.
- Bank Sumut. Sejarah Bank Sumut, 2 Desember.<https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/>.
- Bank Sumut. “Sejarah Bank Sumut.” Accessed January 8, 2021. <https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/>.
- Bank Sumut. “Tabungan Marhamah.” Accessed January 8, 2021. <https://www.banksumut.co.id/tabungan-mahramah/>.
- Basma Hairani. “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi’ah Dan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Riau Kepri Syariah.” Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Pekanbaru, 2012.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an Dan Terjemahan*. jakarta: Bintang Indonesia, 2011.
- Dian Fadillah Siregar. bagaimana strategi pemaaran tabungan IB martabe wadiah, September 10, 2020.
- “Dokumen PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat,” n.d.
- “Dokumen PT, Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat,” 2020.
- Dwi Novi Natalia. strategi pemasaran tabungan IB martabe wadiah, September 10, 2020.
- Harahap Jamiah. “Pelaksanaan Tugas Pemasaran Tabungan IB Martabe Wadiah Pada PT. BANK SUMUT KCP Syariah Prof. MH Yamin.” Universitas Islam Negri Sumatera Utara, 2018.
- Husein Umar. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis*. jakarta: PT. Raja GrafindoPersada, 2004.
- Irawan dan DH Swastha Basu. *Manajemen Pemasaran Model*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1997.

- Jannah, Mifthahul, dan 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>.
- Kotler dan Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008
- Muhammad Ainur Rifqi. "Muhammad Ainur Rifqi, "Strategi Pemasaran Dan Perkembangan Produk Tabungan Wadi'ah Di Bank Syariah Mandiri KCP Gubug Semarang." Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2015.
- Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nugroho J. Setia. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Jakarta: ERLANGGA, 2008
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Klaten: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007.
- Ricky Rainaldo Al Hafid. "Analisis Komparatif Produk Tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah Dengan Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Aceh Syariah." Universitas Islam Negeri Ar- Raniry Banda Aceh, 2018.
- Setiawan Hari Purnomo dan Zulkiefli Mansyah Setiawan Hari Purnomo. *Manajemen Strategi, Sebuah Konsep Pengantar*. Jakarta: LPFE UI, 1999.
- S. Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Thamtin Abdullah. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Kemendikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- "View of STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN WADI'AH SIMPATIK PADA BANK SYARIAH MANDIRI CABANG KUALA TUNGKAL." Accessed January 8, 2021. <http://ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id/index.php/almizan/article/view/72/56>.

Waluya, Atep, Perbankan Syariah, and Fakultas Agama. "Hakikat Al-Wadiah al-Mashrifiyyah"3(January1,2017):95–106. <https://doi.org/10.20885/jielariba>.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Saharuddin Nasution
2. NIM : 15 4010 00195
3. Tempat/ Tanggal Lahir : Salingsing
4. Status : Belum Menikah
5. Alamat : Dusun Salingsing Kec. Silangkitang
Kab. Labuhan Batu Selatan

B. PENDIDIKAN

1. Tahun 2008, tamat SDN 112229 Salingsing
2. Tahun 2011, tamat MTs Swasta Darul Hikmah Padangbulan
3. Tahun 2014, tamat SMK Swasta Mandiri Al-Washliyah Silangkitang
4. Tahun 2015, masuk Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Pandangsidempuan.

C. ORANGTUA

1. Ayah : Sammin Nasution
2. Pekerjaan : Petani
3. Ibu : Jamila Ritonga
4. Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Dusun Salingsing Kec. Silangkitang
Kab. Labuhan Batu Selatan

Lampiran II

Pedoman Wawancara

1. Apa itu tabungan martabe IB martabe wadiah?
2. Apa keuntungan bagi nasabah ketika menabung menggunakan tabungan IB martabe wadiah?
3. Apa saja strategi yang dilakukan untuk memasarkan produk IB wadiah?
4. Media apa saja yang digunakan oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat dalam memasarkan produknya?
5. Apakah para karyawan masih melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk memasarkan produknya?
6. Siapa saja yang dilibatkan dalam memasarkan produk IB martabe wadiah?
7. Apakah ada strategi khusus yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak pemasar dalam memasarkan produknya mengingat Bank syariah yang berdiri di daerah Rantauprapat tidak hanya Bank sumut sendiri?
8. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh pihak bank terkait memasarkan produk IB martabe wadiah terhadap masyarakat yang belum mengenal sosial media?
9. Bagaimana dengan masa pandemi saat ini apakah bank sumut memasarkan produknya dengan cara kontak langsung dengan nasabah?
10. Apakah efektif bank memasarkan produk melalui sosial media?

Pedoman Observasi

1. Sejarah berdirinya PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
2. Visi dan misi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
3. Struktur organisasi pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

4. Tugas dan tanggung jawab struktur organisasi PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.
5. Stategi pemasaran tabungan IB martabe wadiah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Lampiran Dokumentasi





PTOR CABANG SYARIAH: Pematangsiantar

KANTOR PUSAT
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 4152652

Pematangsiantar, 03 November 2020

Nomor : 159 /KCSy05-Ops/L/2020
Lampiran : -

Kepada Yth :
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUAN
di-
PADANGSIDEMPUAN

Hal : Izin Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan surat dari Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan No. 1605/In.14/G.1/G.4b/TL.00/08/2020 Tanggal 24 Agustus 2020 perihal Mohon Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan Riset atas Mahasiswa IAIN Padangsidempuan , Disetujui dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat, Adapun Mahasiswa tersebut :

NO	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI
1.	Saharuddin Nasution	1540100195	Perbankan Syariah

2. Selesai melaksanakan Riset yang bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar laporan kepada PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat.

Demikian disampaikan agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.,
Kantor Cabang Syariah Pematangsiantar
Pj. Pemimpin Cabang

YUDHI ANDRIAN NASUTION
NPP. 1156.011278.110804

- Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
 2. Sdr.Saharuddin Nasution
 3. Pertanggal