



**ETIKA PELAYANAN MARKETING PT BANK SUMUT CABANG
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN DALAM MEMPROMOSIKAN
PRODUK KEPADA PEDAGANG PASAR UCOK KODOK
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI



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

Oleh

MUHAMMAD FADLI KHAIR

NIM : 12 220 0113

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI

PADANGSIDIMPUAN

2016



**ETIKA PELAYANAN MARKETING PT BANK SUMUT CABANG
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN DALAM MEMPROMOSIKAN
PRODUK KEPADA PEDAGANG PASAR UCOK KODOK
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam
Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

MUHAMMAD FADLI KHAIR
NIM. 12 220 0113

Pembimbing I

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Pembimbing II

H. Ali Hardana, M. Si

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH (PS)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2016**



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

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Muhammad Fadli Khair**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 24 Oktober 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Muhammad Fadli Khair** yang berjudul "**Etika Pelayanan Marketing PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam Mempromosikan Produk kepada Pedagang Pasar UcoK Kodok Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, M. Si

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Muhammad Fadli Khair
NIM : 12 220 0113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : **Etika Pelayanan *Marketing* Bank Syariah dalam
Skripsi : Mempromosikan Produk Terhadap Pedagang Pasar
Ucok Kodok Padangsidimpuan (PT Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidimpuan**

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.

Padangsidimpuan, 24 Oktober 2016
Saya yang Menyatakan,



Muhammad Fadli Khair
NIM : 12 220 0113

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fadli Khair
NIM : 12 220 0113
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Etika Pelayanan Marketing PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dalam Mempromosikan Produk kepada Pedagang Pasar UcoK Kodok Padangsidempuan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 01 November 2016
Yang menyatakan,

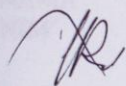


MUHAMMAD FADLI KHAIR
NIM. 12 220 0113

DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA

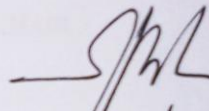
NAMA : MUHAMMAD FADLI KHAIR
NIM : 12 220 0113
JUDUL SKRIPSI : ETIKA PELAYANAN MARKETING PT BANK
SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN
DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK KEPADA
PEDAGANG PASAR UCOK KODOK
PADANGSIDIMPUAN

Ketua



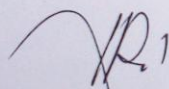
Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Sekretaris

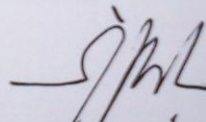


Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001

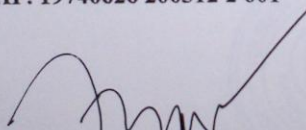
Anggota



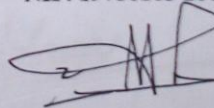
1. Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001



3. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag
NIP. 19750103 200212 1 001



3. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004



4. Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jumat/28 Oktober 2016
Pukul : 15.00 s/d 17.00 WIB
Hasil/Nilai : 76,13
Predikat : AMAT BAIK
IPK : 3,49



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihatangPadangsidimpuan22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : ETIKA PELAYANAN MARKETING PT BANK SUMUT
CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK TERHADAP
PEDAGANG PASAR UCOK KODOK
PADANGSIDIMPUAN

NAMA : MUHAMMAD FADLI KHAIR
NIM : 12 220 0113

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

Padangsidimpuan, 01 November 2016
Dekan,



Fatahuddin
H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

NAMA : MUHAMMAD FADLI KHAIR

NIM : 12 220 0113

JUDUL SKRIPSI : ETIKA PELAYANAN MARKETING PT BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK KEPADA PEDAGANG PASAR UCOK KODOK PADANGSIDIMPUAN

Latar belakang masalah dalam skripsi ini adalah para pedagang beranggapan Bank Syariah tersebut sama dengan Bank Konvensional, yakni dari cara penilaian mereka terhadap Bank Syariah adalah kurangnya keramahan dari cara etika dalam melayani nasabah serta cara mempromosikan produk-produk yang disediakan Bank Syariah kepada pedagang. Oleh karena itu para pedagang tersebut masih berfikir memilih Bank Syariah dan mereka memutuskan untuk menggunakan Bank Konvensional. Sampai sekarang nasabah pedagang di pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan masih sedikit yang menabung di Bank SUMUT Cabang Syariah dari tahun 2015. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana etika pelayanan marketing PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam mempromosikan produk kepada Pedagang Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui etika pelayanan marketing PT Bank SUMUT Cabang Syariah dalam mempromosikan produk terhadap Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan.

Pembahasan penelitian ini adalah tentang pelayanan dan promosi produk. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak pada pihak lainnya, dan promosi adalah kegiatan setiap bank yang berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif-deskriptif. Kemudian instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pedagang pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan yang telah menjadi nasabah di PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa etika pelayanan marketing karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dinilai oleh pedagang/nasabah dari segi kejujuran dan dapat dipercaya yaitu jujur tidak pernah berbohong dan tidak pernah bermain dengan simpanan nasabahnya, etika dalam melayani nasabahnya yaitu setiap berjumpa mengucapkan salam, ramah, sopan dan santun, berpenampilan rapi dan menarik yaitu berpakaian sesuai dengan syariah, rapi dan harum, siap membantu dan melayani nasabahnya yaitu siap melayani nasabah apabila terjadi kesalahpahaman serta menjamin kecepatan layanan yang memuaskan yaitu karyawan tersebut langsung datang apabila nasabah ingin menabung.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Batasan Istilah.....	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI	1
A. Landasan Teori.....	10
1. Etika.....	10
a. Pengertian Etika	16
b. Teori - Teori Etika.....	17
2. Pelayanan	18
a. Pengertian Pelayanan.....	18
b. Pelayanan dalam Perspektif Islam	20
c. Dasar dasar pelayanan yang harus dipahami	23

d. Dimensi Pelayanan	26
e. Ciri ciri Pelayanan yang baik	28
3. Marketing.....	30
a. Pengertian Marketing	30
b. Marketing Syariah.....	32
c. Landasan Hukum Tentang Marketing Syariah	34
4. Promosi.....	36
a. Pengertian Promosi.....	36
b. Promosi dalam Islam	37
c. Sarana Promosi Perbankan.....	37
5. Pedagang.....	40
a. Pengertian Pedagang.....	40
b. Sarana Promosi Perbankan.....	41
B. Penelitian Terdahulu.....	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 44

1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
2. Jenis Penelitian	44
3. Subjek Penelitian.....	45
4. Sumber Data.....	46
5. Instrumen Pengumpulan Data.....	47
a. Observasi.....	47
b. Wawancara	47
c. Dokumentasi.....	47
6. Tehnik Pengolahan dan Analisis Data.....	48
a. Tehnik pengolahan data.....	48
b. Analisis Data.....	48
7. Tehnik Pengecekan Keabsahan Data	50
a. Perpanjangan Keikutsertaan.....	50
b. Ketekunan Pengamatan	50
c. Triangulasi.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.....	51
1. Sejarah.....	51
2. Visi dan Misi.....	55
3. Struktur Organisasi.....	56
4. Produk	57
5. Lokasi	63
B. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Etika Pelayanan <i>Marketing</i> Bank Syariah.....	64
2. Promosi Produk kepada Pedagang.....	65
3. Etika Pelayanan <i>Marketing</i> Karyawan dalam Mempromosikan Produk	67
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : PenelitianTerdahulu	41
Tabel 2.2 : Jumlah Informan.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi	56
Gambar 4.2 : Lokasi Perusahaan	63
Gambar 4.3 : Wawancara dengan Ibu Aisyah	69
Gambar 4.4 : Wawancara dengan Tuan Makmur	69
Gambar 4.5 : Wawancara dengan Ibu Nurilam Sari	70
Gambar 4.6 : Wawancara dengan Pak Sapril	70
Gambar 4.7 : Wawancara dengan Kakak Masha	73
Gambar 4.8 : Wawancara dengan Kakak Nur Fauziah	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pedoman Wawancara

Lampiran 2 : Pedoman Observasi

Lampiran 3 : Hasil Wawancara

Lampiran 4 : Dokumentasi Riset

Lampiran 5 : Data Informan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang yang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu perusahaan. Dapat hidup terus menerus artinya dapat terus beroperasi, berkembang menikmati laba dan panjang umur. Semakin panjang umur suatu perusahaan, semakin baik. Dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang sekali hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya hidup beberapa tahun saja. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang sudah mati sebelum beranjak dewasa.

Dinamika strategi penetrasi pasar dipentas perbankan semakin semarak, misalnya ada Bank yang memperluas jaringan unit kerjanya, ada Bank yang fokus pada bidang pengembangan teknologinya, ada Bank yang melakukan improvisasi dan inovasi di bidang produknya, dan ada Bank yang melakukan perbaikan pada berbagai fitur produknya.¹

Agar suatu perusahaan panjang umur, perlu dicarikan resep untuk mengatasinya. Resepnya adalah terus dilakukan dan ditingkatkan omset penjualannya atau jumlah pelanggannya (nasabah) karena hanya dengan meningkatkan omset penjualan, atau jumlah pelanggan (nasabah) tujuan dapat tercapai.

¹Suherman Sapri, *Kiat Sukses Seorang Pemasar Bank* (Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2013), hlm. 3.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan omset penjualannya atau pelanggannya, misalnya dengan memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengan cara lainnya.

Pada praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang bakal dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusianya. Artinya peranan manusia (karyawan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka. Kemudian sarana dan prasarana yang digunakan harus dapat menunjang apa yang sudah dilakukan manusia. Demikian pula dengan kualitas produk yang ditawarkan harus memiliki kelebihan dibandingkan produk pesaing serta faktor penunjang lainnya.

Perdagangan (bisnis) selalu memegang peranan vital di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan individu, sosial, regional, nasional dan internasional. Kebaikan dan kesuksesan serta kemajuan suatu bisnis sangat tergantung pada kesungguhan dan ketekunan para pelaku bisnis tersebut.

Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Maka dibutuhkan etika bagi pelaku usaha dan konsumen dalam mempromosikan produk serta saat melakukan transaksi.

Dalam aturan syariat pun, Islam menuntut dan mengarahkan kaum muslimin untuk melakukan tindakan sesuai dengan apa yang dibolehkan dan dilarang oleh Allah Swt. Sebagaimana firman Allah terdapat pada Surah An-Nisa ayat 29 :²

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

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”

Demikian pula dalam melaksanakan aktivitas ekonomi, nilai-nilai Islam senantiasa menjadi landasan utamanya. Siapa saja yang ingin bermuamalah dibolehkan, kecuali hal yang dilarang. Hal ini memberikan ruang gerak yang luas bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas ekonominya sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup.

Pada dasarnya, Islam menganut prinsip kebebasan terikat, yaitu kebebasan berdasarkan keadilan, undang-undang agama dan etika. Di dalam

²Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: Asy-Syifa, 1998), hlm. 65.

peraturan sirkulasi atau perdagangan Islami terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih.

Beriringan dengan hal tersebut bermunculan pula berbagai lembaga pembiayaan yang siap mengucurkan modal mereka kepada para pedagang. Termasuk perbankan syariah semakin menampakkan kemajuan, khususnya di Kota Padangsidempuan bank-bank syariah diantaranya : Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, Bank SUMUT Cabang Syariah. Dalam pada itu, nampaknya fatwa MUI pada akhir tahun 2003, yang menegaskan bahwa bunga bank Konvensional adalah riba, memberi peluang lebih besar bagi Perbankan Syariah untuk meningkatkan pengembangan di Padangsidempuan.

Perilaku masyarakat Padangsidempuan sejalan dengan ajaran agama Islam yang ditopang oleh ketentuan adat, termasuk dalam bidang muamalah (perdagangan). Untuk dapat terus menumbuh kembangkan dan melestarikan pengaplikasian nilai-nilai tersebut, maka perlu pengembangan sistem perbankan syariah dan berekonomi secara syariah.

PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan berkomitmen menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi. Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Seperti yang dilaksanakan oleh karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dengan menawarkan produk yang disediakan oleh Bank kepada pedagang Pasar Ukok Kodok Padangsidempuan yaitu dengan terjun

langsung ke pedagang Pasar Ucok Kodok dua kali setiap minggu yakni pada hari selasa dan jum'at. Yang sudah dilaksanakan pada tahun 2015 yakni sebanyak 60 pedagang.³

PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpun berlokasi di Jalan Merdeka No. 12 Kota Padangsidimpun yang daerah pemasaran dalam memasarkan produk-produk yang dimiliki oleh Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpun memiliki empat (4) daerah, diantaranya Daerah Padang Lawas (PALAS), Padang Lawas Utara (PALUTA), Tapanuli Selatan (TAPSEL), dan Kota Padangsidimpun.

Seperti yang kita ketahui Pasar Ucok Kodok Padangsidimpun adalah mayoritas pedagang muslim. Para pedagang yang berdagang bukan hanya yang bertempat tinggal di daerah Padangsidimpun melainkan dari berbagai macam daerah yang menjadi pedagang di pasar tersebut. Demikian pula para konsumen yang berkunjung ke pasar tersebut.

Berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti di Pasar Ucok Kodok Padangsidimpun adalah kebanyakan pedagang mengajukan pembiayaan ke Bank Konvensional dari pada di Bank Syariah dikarenakan mereka beranggapan Bank Syariah tersebut sama dengan Bank Konvensional, dari cara penilaian mereka terhadap Bank Syariah adalah kurangnya keramahan dari cara melayani nasabah serta cara mempromosikan produk- produk yang disediakan Bank Syariah kepada pedagang. Oleh karena itu para pedagang

³Wawancara dengan Ibu Rosima Ritonga Karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpun bagian Pelaksana Pemasaran pada Tanggal 5 September 2016 pukul 10.15 WIB.

tersebut masih berfikir memilih Bank Syariah dan mereka memutuskan untuk menggunakan Bank Konvensional.

Berdasar latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian tentang **“Etika Pelayanan Marketing PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dalam Mempromosikan Produk kepada Pedagang Pasar UcoK Kodok Padangsidempuan”**.

B. Batasan Masalah

Mengingat cakupan permasalahan yang cukup luas, kemampuan penulis yang terbatas serta untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam memahami permasalahan maka penulis memberi batasan dalam penelitian ini, yaitu Etika Pelayanan Marketing PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dalam Mempromosikan Produk Bank Syariah.

C. Batasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam mengartikan istilah-istilah yang ada dalam penelitian maka dibuatlah defenisi operasional untuk menerangkan beberapa istilah berikut:

1. Etika adalah kebiasaan yang berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup orang baik, atau segala kebiasaan yang diwariskan dari satu orang ke orang lain.
2. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat

dikaitkan dengan suatu produk fisik sebagai syarat utama bagi kelangsungan hidup suatu bank, khususnya Bank Syariah.

3. Marketing (pemasaran) adalah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.
4. Promosi adalah kegiatan setiap bank yang berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.
5. Pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian yaitu : “Bagaimana Etika Pelayanan Marketing Bank Syariah Dalam Mempromosikan Produk terhadap Pedagang Pasar Ukok Kodok Padangsidempuan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang diberikan penulis dalam penelitian ini, untuk mengetahui Etika Pelayanan Marketing Bank Syariah dalam Mempromosikan Produk terhadap Pedagang Pasar Ukok Kodok Padangsidempuan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

F. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan penelitian tersebut, maka penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang etika pelayanan marketing bank syariah dalam mempromosikan produk kepada pedagang.
2. Bagi lembaga keuangan syariah khususnya PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam penerapan etika pelayanan marketing Bank Syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian yang akan datang.
4. Untuk Akademik, sebagai bahan pustaka untuk menambah pengetahuan dan pemahaman terkait etika pelayanan marketing.
5. Untuk Masyarakat, sebagai bahan bacaan agar mengetahui etika pelayanan marketing pada Bank Syariah.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan, berisi tentang uraian Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Batasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II Membahas tentang Kajian Pustaka yang mencakup tentang, Etika, Pelayanan, Marketing, dan Pedagang.

BAB III Membahas tentang Metodologi Penelitian yang mencakup Waktu dan Tempat penelitian, Jenis Penelitian, Subjek Penelitian, Sumber

Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Pengolahan dan Analisis Data, dan Teknik Pengecekan Keabsahan Data.

BAB IV Berisikan Analisa Pembahasan dan Hasil Penelitian yang mencakup tentang Etika Pelayanan Marketing Bank Syariah dalam Mempromosikan Produk terhadap Pedagang Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan (PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan).

BAB V Merupakan bab penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran yang diutarakan pada akhir penulisan ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Etika

a. Pengertian Etika

Pengertian etika berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti etika berkaitan dengan berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup orang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lainnya.¹

Pengertian tersebut relatif sama dengan moralitas. Moralitas berasal dari bahasa latin “*Mos*” yang dalam bentuk jamaknya “*Mores*” berarti adat istiadat atau kebiasaan.

Dalam menciptakan etika bisnis, ada hal-hal yang perlu diperhatikan, antara lain adalah:²

- 1) Pengendalian diri
- 2) Pengembangan tanggung jawab sosial perusahaan
- 3) Mempertahankan jati diri dan tidak mudah untuk terombang-ambing oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi
- 4) Menciptakan persaingan yang sehat
- 5) Menerapkan konsep “pembangunan berkelanjutan

¹Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.5.


²*Ibid.*, hlm. 7.

- 6) Menghindari sifat KKN (Kolusi, Korupsi, dan Nepotisme) yang dapat merusak tatanan moral
- 7) Harus mampu untuk menyatakan hal benar itu adalah benar
- 8) Membentuk sikap saling percaya antara golongan pengusaha kuat dan golongan pengusaha ke bawah
- 9) Konsekuen dan konsisten dengan aturan-aturan yang telah disepakati bersama
- 10) Menumbuh kembangkan kesadaran dan rasa memiliki terhadap apa yang telah disepakati
- 11) Perlu adanya sebagian etika bisnis yang dituangkan dalam suatu hukum positif yang berupa peraturan maupun perundang-undangan.

Landasan dasar etika bisnis dalam Islam bersumber pada Surah

Al-Baqarah ayat 282 :³

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى
فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب
كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ

الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ.....

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu

³Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, *Op.Cit.*, hlm. 37.

menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya”.

Kata “dain” atau utang terdapat antara dua orang yang hendak berjual, karena yang seorang meminta supaya dia tidak membayar tunai melainkan dengan hutang. Muamalah seperti ini diperbolehkan syara’ dengan syarat ditangguhkan pembayaran itu sampai jatuh tempo yang ditentukan. Yang dimaksud dengan bermuamalah seperti jual beli, berhutang piutang, atau sewa-menyewa dan sebagainya.⁴

Dalam buku Mahmud Yunus menjelaskan:

“Jika kamu berpiutang dengan sesuatu utang hingga tempo yang ditentukan hendaklah tuliskan, baik utang sedikit maupun banyak. Tetapi bila itu dengan tunai, maka tiadalah disuruh menuliskannya, malahan lebih baik dituliskan, seperti memakai buku dagang, supaya terang uang masuk dan uang keluar”.⁵

Etika dalam bisnis dan perbankan ini terkait dengan moralitas perbuatan moral yang diartikan sebagai perbuatan baik dan perbuatan buruk dalam kegiatan bisnis/perbankan. Dalam hubungan itu etika menyentuh aspek individu dan peraturan sosial.⁶

Dengan etika, orang mampu untuk bersikap kritis dan rasional dalam membentuk pendapatnya sendiri dan bertindak sesuai apa yang dapat dipertanggung jawabkan sendiri. Etika juga dapat membantu manusia membedakan antara tingkah laku atau tindakan yang baik dan

⁴*Ibid.*, hlm. 499.

⁵Mahmud Yunus, *Tafsir Qur'an Karim* (Jakarta: PT Intermedia, 1973), hlm. 65.

⁶Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011), hlm. 378.

yang buruk. Dalam hal inilah terletak kebebasan manusia untuk hanya mengakui norma-norma yang diyakini sendiri sebagai kewajibannya. Tujuan pokok mengenal etika adalah mempengaruhi dan mendorong kehendak kita supaya mengarah kepada yang berfaedah dan berguna bagi sesama manusia.⁷

Bank harus mengingat kembali beberapa hak konsumen atau nasabah sebelum menerapkan etika perbankan sebagai wujud dari pertanggung jawaban kepada nasabahnya. Hak-hak konsumen atau nasabah yang harus dilindungi adalah:⁸

1) Hak untuk keselamatan

Nasabah harus dilindungi keamanan hartanya yang ditiptkan di bank, misalnya berwujud tabungan maupun deposito. Hanya bank yang sehat kondisi finansialnya yang dapat memberikan jaminan keamanan dana nasabah.

2) Hak untuk memperoleh informasi

Sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi di bank, nasabah berhak memperoleh informasi yang akurat mengenai bank dan produk/jasa bank. Misalkan, kepada calon debitur bank berkewajiban memberi penjelasan tentang tata cara pengejuan permohonan kredit, cara pelunasan, bunga dan biaya administrasi kredit yang harus dibayar oleh debitur.

⁷*Ibid.*,

⁸*Ibid.*, hlm. 379.

3) Hak untuk memilih

Sebaiknya bank menyediakan beberapa variasi produk/jasa yang ditawarkan agar nasabah dapat lebih leluasa memilih yang sesuai dengan keinginannya.

4) Hak untuk didengar.

Pada saat ini banyak bank membentuk suatu layanan bersifat *Customer Service* atau bahkan *Public Relation* atau Hubungan Masyarakat dengan maksud agar dapat menampung masukan informasi, saran maupun kritikan dari nasabah tentang produk/jasa bank dan layanan bank.

Sembilan etika pemasar, yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran:⁹

1) Memilih kepribadian spritual (*Takwa*)

Seorang muslim diperintahkan untuk selalu mengingat Allah, bahkan dalam suasana mereka sedang sibuk dalam aktivitas mereka.

2) Berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*)

Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi, dan mencakup semua

⁹Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hlm. 67.

sisi manusia. Sifat ini adalah sifat Allah yang harus dimiliki oleh kaum Muslim.

3) Berlaku adil dalam bisnis (*Al-'Adl*)

Berbisnis secara adil adalah wajib hukumnya, bukan hanya imbauan dari Allah Swt. Sikap adil telah ditetapkan oleh Islam dalam semua aspek ekonomi Islam.

4) Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seseorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.

5) Menepati janji dan tidak curang

Seorang pebisnis syariah harus senantiasa menjaga amanah yang dipercayakan kepadanya.

6) Jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*)

Islam menjelaskan bahwa kejujuran yang hakiki itu terletak pada muamalah mereka.

7) Tidak suka berburuk sangka (*Su'uzh-zhann*)

Saling menghormati satu sama lain merupakan ajaran Nabi Muhammad Saw yang harus diimplementasikan dalam perilaku bisnis modern. Tidak boleh satu pengusaha menjelekkan pengusaha lain, hanya bermotif persaingan bisnis.

8) Tidak suka menjelek-jelekkkan (*Ghibah*)

Bagi *syariah marketer*, *ghibah* adalah perbuatan sia-sia dan membuang-buang waktu. Akan lebih baik baginya jika menumpahkan seluruh waktunya untuk bekerja secara professional, menempatkan semua prospeknya sebagai sahabat yang baik dan karenanya ia harus memperlihatkan terlebih dahulu bagaimana menjadi sahabat yang baik, berbudi pekerti dan memiliki *akhlaq karimahi* (ahlak yang mulia)

9) Tidak melakukan sogok (*Riswah*).

Dalam syariah, meyuap hukumnya haram, dan meyuap termasuk dalam kategori makan harta orang lain dengan cara batil. Memberikan sejumlah uang dengan maksud agar kita dapat memenangkan tender suatu bisnis, atau memberikan sejumlah uang kepada hakim atau pengusaha agar kita dapat memperoleh hukuman yang lebih ringan atau termasuk dalam kategori suap.

b. Etika dalam Islam

Etika islam merupakan pedoman mengenai perilaku individu maupun masyarakat di segala aspek kehidupan yang sesuai dengan ajaran islam.

Ciri-ciri etika dalam Islam sebagai berikut:¹⁰

- 1) Islam berpihak pada teori tentang etika yang bersifat *fitri*. Artinya, semua manusia pada hakikatnya, baik muslim maupun non muslim, memiliki pengetahuan *fitri* tentang baik dan buruk.
- 2) Moralitas dalam Islam didasarkan pada keadilan, yakni menempatkan sesuatu dengan porsinya.
- 3) Tindakan etis itu sekaligus dipercayai pada puncaknya akan menghasilkan kebahagiaan bagi pelakunya.
- 4) Tindakan etis itu bersifat rasional.

c. Teori-teori etika

Pada dasarnya teori etika ini terbagi atas dua macam, yaitu:¹¹

1) *Teori Deontologi*

Teori Deontologi berasal dari bahasa Yunani, “*Deon*” berarti kewajiban. Etika Deontologi menekankan kewajiban manusia untuk bertindak secara baik. Suatu tindakan itu baik bukan dinilai dan dibenarkan berdasarkan akibatnya atau tujuan baik dari tindakan yang dilakukan, melainkan berdasarkan tindakan itu sendiri sebagai baik pada diri sendiri. Contoh: suatu tindakan bisnis akan dinilai baik bagi pelakunya, karena tindakan itu sejalan dengan kewajiban pelaku, dalam hal

¹⁰Nur Ahmad Fadhil & Azhari Akmal, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2001), hlm. 37.

¹¹Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis....., Op.Cit.*, hlm.9-10.

memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya, serta menawarkan barang dan jasa yang mutunya sebanding dengan harganya.

2) *Etika Teologi*

Etika yang mengukur baik buruknya suatu tindakan berdasarkan tujuan yang hendak dicapai dengan tindakan itu, atau berdasarkan akibat yang ditimbulkan atas tindakan yang dilakukan. Suatu tindakan dinilai baik, jika bertujuan mencapai sesuatu yang baik, atau akibat yang ditimbulkan baik dan bermanfaat. Misalnya, mencuri bagi etika deontologi tidak dinilai baik atau buruk berdasarkan baik buruknya tindakan itu sendiri, melainkan oleh tujuan dan akibat dari tindakan itu. Kalau tujuannya baik, maka tindakan itu dinilai baik.¹²

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Agni S. Mayangsari “Pelayanan adalah jantung bagi segala sendi yang ada dalam perusahaan. Apabila jantung bermasalah, maka seluruh organ yang terdapat di dalam tubuh akan mengalami masalah”.¹³

Menurut Philip Kotler pelayanan atau service adalah “Setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak lainnya yang

¹²Sonny Kerap, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), hlm. 27.

¹³Agni S. Mayangsari, *Hearty Service Service itu disini* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm.21.

pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”¹⁴.

Menurut Malayu S.P Hasibuan pelayanan adalah “kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak pada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil,cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya”¹⁵.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan pelayanan adalah pemberian jasa yang dilakukan satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan untuk mendapat simpati,maupun untuk menarik minat nasabah. Dimana pemberian jasa tersebut diberi dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu di mana pelanggan/nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon.¹⁶

Pada dasarnya pelayanan terhadap pelanggan tergantung dari latar belakang karyawan tersebut, baik dari suku bangsa, pendidikan,

¹⁴Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar dalam Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

¹⁵*Ibid.*,

¹⁶Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 15.

pengalaman, budaya atau adat istiadat. Namun, agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Kualitas yang diberikannya harus sesuai dengan standar tertentu seperti yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar tertentu maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas.

b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Ada beberapa hal (etika) yang harus dimiliki oleh para pegawai dalam melayani pelanggan, diantaranya adalah berperilaku baik dan simpatik terhadap pelanggan, berlaku adil, bersikap melayani dan rendah hati, menepati janji dan dapat dipercaya.¹⁷

1) Berperilaku baik dan simpatik

Alquran mengajarkan untuk senantiasa berwajah manis, berperilaku baik dan simpatik dengan orang lain. Allah SWT berfirman Surah Ali-Imran ayat 159 :¹⁸

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا
الْقَلْبِ لَآنْفَضُوهَا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ
هُمَّ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ...^ط

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu

¹⁷Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Loc. Cit.*

¹⁸*Ibid.*, hlm. 56.

ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu...”.

Ayat yang bergaris bawah diatas dijelaskan dalam buku M. Quraish Shihab bahwa *berlaku keras lagi berhati kasar*, menggambarkan sisi dalam dan sisi luar manusia. *Berlaku keras* menunjukkan ke sisi luar manusia dan *berhati kasar*, menunjukkan ke sisi dalamnya. Kedua hal itu dinafikan dari Rasul saw. memang keduanya perlu dinafikan secara bersamaan, karena boleh jadi ada yang berlaku keras tapi hatinya lembut, atau hatinya lembut tapi tidak mengetahui sopan santun. Karena, yang terbaik adalah yang menggabung keindahan sisi luar dalam perilaku yang sopan, kata-kata yang indah, sekaligus hati yang luhur, penuh kasih sayang.¹⁹

2) Berlaku adil

Dalam memberikan jasa pelayanan, perlakuan adil terhadap para pelanggan wajib hukumnya. Sikap adil termasuk diantara nilai-nilai yang telah ditetapkan oleh Islam dalam aspek ekonomi.

3) Bersikap melayani dan rendah hati

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seseorang pegawai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sikap melayani dan rendah hati yang melekat dalam diri seorang pegawai tercermin dengan kemampuan berkomunikasi dengan baik. Upaya merebut hati pelanggan dengan memberi

¹⁹M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Volume 2* (Jakarta: Lentera Hati, 2009), hlm. 243.

perhatian serta komunikasi yang sopan, ramah serta murah senyum sehingga bisa membuat pelanggan senang.

4) Amanah (menepati janji)

Berarti memiliki tanggungjawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam ketetapan janji dengan keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan berbuat yang terbaik. Dalam segala hal, sifat amanah harus dimiliki setiap orang mukmin, apalagi yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan bagi masyarakat.

5) Jujur dan terpercaya

Sikap jujur dan dipercaya adalah sikap yang harus menghiasi seseorang dalam setiap gerak-geriknya adalah kejujuran. Disinilah Islam menjelaskan bahwa kejujuran sangat penting perannya. Setiap orang yang menjalankan usahanya haruslah jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan transaksi. Termasuk memberikan jasa pelayanan kepada setiap pelanggan.

Lima etika diatas merupakan suatu kesatuan yang harus dimiliki dalam diri setiap karyawan (pegawai), apalagi jika pegawai tersebut muslim sudah tentu itu suatu keharusan. Artinya kelima hal tersebut menjadi tuntutan yang harus dilaksanakan secara terpadu dalam memberikan jasa pelayanan kepada pelanggan. Implikasi

positifnya adalah perusahaan mampu memahami yang diinginkan pelanggan. Pemahaman yang dalam terhadap pelanggan adalah kunci untuk mencapai kepuasan.²⁰

c. Dasar dasar pelayanan yang harus dipahami

Dasar dasar pelayanan yang harus dipahami yaitu:²¹

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.

Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih artinya karyawan harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.

- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.

Dalam melayani nasabah, karyawan tidak boleh ragu-ragu akan tetapi harus memiliki keyakinan dan percaya diri yang tinggi. Karyawan juga harus dapat bersikap akrab dengan pelanggan, seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah karyawan juga harus mudah senyum dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah dikenal.

Pada saat nasabah datang karyawan harus segera menyapa lebih dulu dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya, usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun,

²⁰*Ibid.*, hlm.69.

²¹Kasmir, *Etika Customer Service*, *Op. Cit.*, hlm. 18-21.

jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, dan menanyakan apa yang dapat kami bantu.

- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani nasabah, karyawan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggannya. Usahakan jangan menyuruh pelanggan/nasabah mengulang kembali pertanyaan atau keinginannya, karena terkesan kita tidak serius mendengarkan pembicaraannya.

- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan Bahasa Indonesia yang baik dan benar atau jika menggunakan bahasa lain seperti bahasa daerah atau bahasa asing gunakan secara benar pula.

- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya.

Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya artinya dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang bersemangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat

tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah. Kemampuan karyawan tentang pengetahuan akan produk dalam memberikan informasi kenasabahan benar-benar meyakinkan.

7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

Jangan menyela atau memotong pembicaraan artinya pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindari kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan/nasabah. Kalau terjadi sesuatu dengan pelanggan/nasabah usahakan jangan berdebat.

8) Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.

Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan artinya setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Karyawan perusahaan juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikannya.

9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.

Dalam praktiknya, terkadang ada hal-hal yang tidak mampu atau tidak sanggup kita lakukan sendiri. Dalam hal ini jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, mintalah bantuan. Artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan yang

bertugas, maka harus meminta bantuan kepada karyawan yang mampu menanganinya.

10) Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.

Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.

Artinya, jika pada saat tertentu karyawan sibuk dan tidak dapat melayani salah satu pelanggan/nasabah, beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.

d. Dimensi Pelayanan

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik dimata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Dimensi pokok kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:²²

1) *Tangibles* (bukti langsung)

Merupakan bukti fisik yang harus dimiliki oleh karyawan bank, seperti gedung, perlengkapan kantor, daya tarik karyawan, sarana komunikasi dan sarana fisik lainnya.

2) *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu, adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu.

²²Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran* (Bandung: Alfabet, 2012), hlm.57-58.

3) *Assurance* (jaminan)

Adanya jaminan bahwa karyawan memiliki pengetahuan, kompensasi, kesopanan dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya.

4) *Reliability* (Kehandalan)

Kemampuan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat, serta memuaskan pelanggannya. Guna mendukung hal ini, maka setiap karyawan bank sebaiknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuannya.

5) *Empaty* (Empathy)

Mampu memberikan kemudahan serta menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Kemudian juga mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat dan tepat.

Semua dasar dasar pelayanan harus dikuasai dan dilaksanakan oleh seluruh karyawan, terutama sekali bagi mereka yang berhubungan langsung dengan pelanggan. Pelaksanaan dasar-dasar pelayanan ini secara keseluruhan bukanlah pekerjaan yang mudah. Karyawan harus mempelajari secara mendalam melalui pendidikan dan pelatihan khusus sebelum terjun ke lapangan. Dengan memahami dasar-dasar pelayanan ini diharapkan pelayanan yang diberikan benar-benar prima dan optimal.

e. Ciri-ciri pelayanan yang baik

Ciri-ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/ nasabah, yakni:²³

1) Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan, dan menarik. Di samping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.

2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

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

²³Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 34.

- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan.

- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur.

- 5) Mampu berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.

9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan aktivitasnya.

3. Marketing

a. Pengertian Marketing

Menurut Philip Kotler dan Keller Kevin Lane, *marketing* (pemasaran) suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang

menguntungkan organisasi dan para pemilik saham.²⁴ *Marketing* merupakan suatu proses dinamis dari dunia usaha, terdiri dari sejumlah aktivitas yang berkesinambungan yang merupakan interaksi dari sejumlah kegiatan yang dimulai dari mengajukan ide-ide tentang produk yang akan dihasilkan, selanjutnya diusahakan hal tersebut menjadi kenyataan berupa barang atau jasa untuk kemudian disampaikan ke tangan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya.²⁵

Pemasaran atau *marketing* adalah suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Caranya dengan membuat produk, menentukan harganya, tempat penjualannya dan mempromosikan produk tersebut kepada para konsumen. Atau definisi *marketing* yaitu perpaduan antara aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk dapat mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga perusahaan dapat mengembangkan produk, harga, pelayanan dan melakukan promosi supaya kebutuhan konsumen dapat terpenuhi serta perusahaan mendapatkan keuntungan. Itulah beberapa penjelasan mengenai *marketing* pilih yang mana saja karena semua intinya sama.

Adapun beberapa fungsi lain dari divisi *marketing* pada perusahaan, yang biasanya sebagai berikut ini:

²⁴Philip Kotler & Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1* (Indonesia: PT.Indeks, 2007), hlm. 6.

²⁵Manullang, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Indeks, 2013), hlm.193.

a. *Marketing* berperan sebagai sales

Tugas utama *marketing* biasanya yaitu menghasilkan pemasukan bagi perusahaan dengan cara melakukan penjualan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

b. *Marketing* berperan sebagai promosi

Marketing berfungsi untuk memperkenalkan perusahaan dan produk yang dihasilkannya kepada masyarakat luas, sehingga perusahaan dan produknya dapat dikenal.

c. *Marketing* sebagai riset dan pengembangan

Marketing juga berfungsi sebagai penyerap berbagai macam informasi dan menyampaikannya pada perusahaan yang berkaitan tentang apa saja yang bermanfaat untuk mendukung dalam peningkatan kualitas maupun penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

d. *Marketing* berperan sebagai perwujudan konsep marketing communication.

Marketing dapat berperan untuk membuat hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat atau perusahaan dan lingkungan sekitarnya.

b. *Marketing* syariah

Marketing syariah adalah seluruh proses, baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses perubahan nilai (*value*)

tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami.²⁶

1) Karakteristik *marketing* syariah

Pada bukunya Hermawan Kartajaya disebutkan ada 4 karakteristik *marketing* syariah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar sebagai berikut:²⁷

a) Teistis (*rabbaniyah*)

Jiwa seorang syariah *marketing* meyakini bahwa hukum-hukum syariat Islam yang teistis atau bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan segala bentuk kebaikan, paling dapat mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, dan menyebarluaskan kemaslahatan karena merasa cukup akan segala kesempurnaan dan kebaikan.

b) Etika (*akhlaqiyah*)

Keistimewaan yang lain seorang syariah *marketing* selain karena teistis, ia juga sangat mengedepankan masalah ahlak (moral, etika) dalam seluruh aspek kegiatannya. Dengan demikian syariah *marketing* adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli

²⁶ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, *Op.Cit.*, hlm. 22.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 32-35.

apapun agamanya karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal yang diajarkan semua agama.

c) Realistis (*al-waqi'iyah*)

Realistis disini adalah pemahaman dimana pemasaran syariah bukanlah konsep yang eksklusif, fanatic, dan kaku melainkan konsep pemasaran yang fleksibel sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islamiyyah yang mendasarinya.

d) Humanistis (*al-insaniyyah*)

Pengertian humanistis adalah bahwa syariah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaanya terjaga dan terpelihara, serta sifat kehewannya dapat terkekang dengan panduan syariah.

c. Landasan Hukum tentang *Marketing* Syariah

1) Al-Qur'an

Yang dijadikan Dasar Hukum dalam konsep *marketing* syariah terdapat pada Surah An-Nisaa ayat 29 adalah:²⁸

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ
بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ

²⁸Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, *Op.Cit.*, hlm. 65.

مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا



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

Ayat yang bergaris bawah di atas dijelaskan dalam buku Muhammad Nasib Ar Rifai bahwa: “Allah Ta’ala melarang hamba-hambanya yang beriman memakan harta sesama mereka secara batil, yakni melalui aneka jenis usaha yang tidak disyariatkan seperti riba dan judi, serta beberapa jenis tipu muslihat yang sejalan dengan kedua cara itu, walaupun sudah jelas pelarangannya dalam hukum syara’, seperti yang dijelaskan Allah bahwa orang yang melakukan muslihat itu untuk mendapatkan riba”.²⁹

2) Hadis

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ (رواه احمد ابن ماجه)

“Tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain.” (HR. Ahmad dan Ibnu Majah).³⁰

²⁹Muhammad Nasib Ar-Rifai, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir jilid 1* (Jakarta: Maktabah Ma’arif, 1989), hlm. 693.

³⁰Ahmad bin Ali bin Muhammad bin Hajar al-kanani al-asqolani al-qohori, *Subulussalam* (Bandung: Dahlan, 773-852 Hijriah), hlm. 84.

4. Promosi

a. Pengertian Promosi

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi juga dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan selanjutnya. Karena itu promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi agar melakukan pertukaran dalam pemasaran. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publisitas.³¹

Menurut Nur Rianto Al Arif promosi merupakan “kegiatan marketing mix. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang penting, dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.”³²

Menurut Kasmir “promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.”³³

³¹Fuad dkk, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2000), hlm. 130.

³²Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm.169.

³³*Ibid.*, hlm.155-156.

Berdasarkan defenisi diatas promosi adalah usaha untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Menginformasikan jenis-jenis produk bank untuk menarik nasabah baru.

b. Promosi dalam Islam

Promosi dalam Islam adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh produsen, baik secara langsung ataupun tidak, untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui beragam media dengan tujuan meningkatkan permintaan atas produknya yang didalamnya tidak mengandung maysir, qimar dan gharar.

Strategi promosi dalam Islam sama halnya dengan pelayanan (etika) yang harus dimiliki oleh para pegawai dalam melayani pelanggan, diantaranya adalah berperilaku baik dan simpatik terhadap pelanggan, berlaku adil, bersikap melayani dan rendah hati, menepati janji dan dapat dipercaya.³⁴

c. Sarana Promosi Perbankan

Dalam praktiknya ada empat macam sarana promosi, secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:³⁵

1) Periklanan (*advertising*)

Yaitu sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh

³⁴Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Loc.Cit.*

³⁵Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 380.

bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan produk.

Penggunaan promosi lewat iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat:³⁶

- a) Pemasangan *billboard* (papan nama) di jalan strategis.
 - b) Pemasangan spanduk melalui Koran.
 - c) Pemasangan spanduk melalui majalah.
 - d) Melalui televisi.
 - e) Dan menggunakan media lainnya.
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Selain promosi lewat iklan, promosi lainnya bisa dilakukan melalui promosi penjualan, yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah.

Dalam praktiknya program promosi penjualan memiliki tiga macam cara, yaitu:³⁷

- a) Promosi konsumen, seperti penggunaan kupon, sampel produk, hadiah atau bentuk undian.
- b) Promosi dagang, yaitu berupa bantuan peralatan atau insentif.
- c) Promosi wiraniaga, melalui kontes penjualan.

³⁶Kasmir, *Etika Customer Service*, *Op.Cit.*, hlm.157

³⁷*Ibid.*, hlm. 159.

3) Publisitas (publicity)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatannya lainnya. Publisitas bertujuan untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra bank atau masing-masing produknya.

Selain itu, tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui:³⁸

- a) Ikut pameran.
- b) Ikut kegiatan amal.
- c) Ikut bakti sosial.
- d) *Sponsorship* kegiatan.

4) Penjualan perorangan (*personal selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan perorangan, yaitu interaksi langsung antara *salesman* bank dan satu atau lebih calon pembeli guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesan.

Penjualan secara *personal selling* akan memberikan keuntungan bank, yaitu antara lain:³⁹

³⁸*Ibid.*, hlm. 160.

³⁹*Ibid.*, hlm. 160-161.

- a) Pihak bank dapat bertatap muka langsung dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara langsung.
- b) Dapat memperoleh informasi langsung dari nasabah tentang kelemahan produk.
- c) Memungkinkan hubungan terjalin akrab antara bank dengan nasabah.
- d) Pihak bank yang memberikan pelayanan merupakan citra bank yang diberikan kepada nasabah jika pelayanan yang diberikan baik dan memuaskan.
- e) Membuat situasi seolah-olah mengharuskan nasabah mendengarkan, memerhatikan, dan menanggapi bank.

5. Pedagang

a. Pengertian Pedagang

Dalam kamus Ekonomi “pedagang diartikan seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.”⁴⁰

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri, untuk memperoleh suatu keuntungan.⁴¹

⁴⁰Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi* (Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2012), hlm. 224.

⁴¹Kemendikbud, *KBBI* (Jakarta: Gema Insani, 2005), hlm. 32.

Menurut H.M.N. Purwosutjipto “Pedagang adalah mereka yang melakukan perbuatan perniagaan sebagai pekerjaan sehari-hari”.⁴² Menurut Damsar “Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual produk atau barang, kepada konsumen baik langsung maupun tidak langsung”.⁴³

b. Perdagangan dalam Islam

Perdagangan dalam Islam atau ekonomi dalam Islam yaitu sesungguhnya bermuara kepada akidah Islam, yang bersumber dari syariatnya.⁴⁴ Menurut Muhammad Abdul Manan dalam buku Ekonomi Makro Islam yaitu: Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.⁴⁵

Ada lima fungsi komponen dalam konsep fiqh perdagangan, yaitu: jiwa, akal, pikiran, harta benda, keturunan dan keyakinan beragama manusia. Masalah harta benda merupakan salah satu dari lima komponen kehidupan dalam hukum Islam yang menduduki posisi yang sama, yaitu kesemuanya harus dijamin keselamatannya. Jadi dari titik tolak ini, Islam berbicara mengenai harta benda. Pengelolaan harta benda merupakan masalah muamalah, termasuk didalamnya masalah perdagangan.⁴⁶

⁴²Purwosutjipto, *Pengertian Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 1 Pengetahuan Dasar Hukum Dagang (Jakarta: Djambatan, 1999), hlm. 10.

⁴³Damsar, *Sosiologi Ekonomi* (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 106.

⁴⁴Nurul Huda dkk, *Ekonomi Makro Islam* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 1.

⁴⁵*Ibid.*, hlm. 2.

⁴⁶Ali Yafie dkk, *Fiqh Perdagangan Bebas* (Jakarta Selatan: Teraju, 2003), hlm. 4.

Prinsip dasar perdagangan Islam adalah adanya unsur kebebasan dalam melakukan transaksi dengan mengindahkan keridhaan dan melarang pemaksaan. Pada zaman Rasulullah, perdagangan yang dilakukan selalu didasarkan pada prinsip kebebasan. Artinya kebebasan tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu antara penjual dan pembeli (dimana tidak ada jual-beli paksa).⁴⁷

B. Penelitian terdahulu

No	Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan penelitian peneliti
1.	Iis Suryani (2014)	Pengaruh Pelayanan <i>Frontliner</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ciputat	Berdasarkan hasil penelitian bahwa faktor pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah adalah variabel <i>Tangible, Reability, Resvonsiveness, Assurance</i> maupun <i>Empathy</i> . Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel (<i>Tangible, Reability, Resvonsiveness, Assurance</i> maupun <i>Empathy</i>) sesuai dengan harapan nasabah.	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu pada objek penelitiannya dan lokasi penelitian. Penelitian penulis membahas tentang bagaimana etika pelayanan marketing kepada pedagang pasar ucok kodok tersebut.
2.	M. Ainun Nafis (2011)	Pengaruh Pelayanan Islami Karyawan Terhadap Minat Nasabah Menabung Dengan Akad Syariah (Studi Kasus BMT Mitra Muamalat Kota Kudus)	Hasil penelitian yang diolah menggunakan SPSS versi 18.00 for windows menunjukkan bahwa pelayanan islami karyawan yang dilakukan di BMT Mitra Muamalat Kota Kudus telah dilakukan dengan baik. Kemudian di uji statistic menunjukkan bahwa variabel	Perbedaan penelitian penulis dengan penelitiannya adalah penelitian penulis menggunakan penelitian kualitatif sedangkan penelitian menggunakan penelitian kuantitaif.

⁴⁷*Ibid.*, hlm 5.

			independen (pelayanan islami karyawan) terhadap variabel dependen (minat nasabah menabung dengan akad syariah) adalah signifikan. Ini ditunjukkan dengan lebih besarnya t hitung dengan t tabel ($10,335 > 1,986$).	
3.	Titin Siti Alimah (2007)	Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Hasabah Prambanan Klaten	Dari hasil penelitian diperoleh bahwa dari perhitungan kolerasi <i>product moment</i> dari pearson dengan taraf signifikan 0,005 diperoleh nilai r hitung sebesar 0,272 lebih besar dari r tabel sebesar 0,176. Dengan nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan karyawa terhadap kepuasan nasabah.	Penelitian penulis hanya memfokuskan kepada nasabah pedagang di PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, sedangkan penelitian keseluruhan nasabah Di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Hasabah Prambanan Klaten.
4.	Zuni Lestari (2015)	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota (Studi Pada BMT Sejahtera Sleman)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel ihsan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota dengan t hitung 3,042 dengan tingkat signifikansi 0,004 dibawah 0,005. Variabel transparansi juga berpengaruh positif signifikan 0,000. Sedangkan variabel keadilan, kebebasan dan tanggung jawab tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan anggota	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti yaitu pada lokasi penelitian. Penelitian studi pada BMT Sejahtera Sleman sedangkan penelitian penulis studi kasus PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, letaknya di Jalan Merdeka No.12 Kota Padangsidempuan khususnya kepada nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Penelitian ini telah dilaksanakan dari bulan Juli sampai Oktober 2016.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan analisis kualitatif, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengamati fenomena atau gejala-gejala yang ada di lapangan serta menganalisisnya dengan logika ilmiah.¹ Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan di lapangan untuk memperoleh data dari informan secara langsung dengan mendatangi responden yang ada di lapangan.²

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan yang terjadi sebenarnya di lapangan. Maka dalam hal ini peneliti berupaya menggambarkan kenyataan yang ada di lapangan melalui pengamatan maupun wawancara.

¹Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2000), hlm. 5.

²Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 32.

C. Unit Analisis/ Subjek Penelitian

Unit analisis merupakan suatu satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian. Dalam hal ini subjek penelitian dapat berupa benda, manusia atau dalam penelitian lain berupa sekolah, lembaga, bank atau desa. Dalam menganalisis data, banyaknya satuan menunjukkan banyak subjek penelitian. Inilah yang dimaksud dengan pengertian unit analisis.³

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bagian Pelaksana Pemasaran dan 20 nasabah/pedagang yang berada dipasar Ucok Kodok Padangsidempuan. Adapun informan (narasumber) dari penelitian adalah:

Tabel 3.1
Jumlah Informan

No	Informan (Narasumber)	Jumlah
1.	Karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah bagian Pelaksana Pemasaran	1 orang
2..	Nasabah	20 orang
Jumlah Informan		21 orang

Sumber: PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan

³Muhammad Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 63.

D. Sumber Data

Berdasarkan metodologi penelitian tersebut, maka sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu data primer dan data internal.

- 1) Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli.⁴ Data primer ini merupakan sumber data pokok yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber pokok adalah catatan- catatan hasil wawancara terstruktur serta non-struktur kepada informan kunci dengan *face to face* (langsung bertatap muka) ketika mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh jawaban yang relevan dengan masalah penelitian dan pengamatan langsung.⁵
- 2) Data Sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (dihasilkan pihak lain) atau digunakan oleh lembaga-lembaga lainnya yang bukan merupakan pengolahnya, tetapi dapat dimanfaatkan dalam penelitian tertentu.⁶

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

⁴Muhammad, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 103.

⁵Amruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar metode penelitian hukum* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 82.

⁶Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, *Op.Cit.*, hlm. 38.

Orang seringkali mengartikan observasi sebagai suatu aktivitas yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan mata. Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemutusan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Jadi, mengobservasi dapat dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, perabaan dan pengecap.⁷

b. *Interview* (wawancara)

Wawancara yaitu memberikan serangkaian tanya jawab dengan pihak nasabah PT Bank SUMUT cabang Syariah Padangsidempuan yang yakni pedagang pasar Ukok Kodok. Dimana wawancara juga dilakukan dengan interview dengan melakukan sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.⁸

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berbentuk tulisan catatan lapangan, gambar atau foto yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto, “metode dokumen adalah metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal berupa catatan, buku-buku, majalah, dokumen dan sebagainya.”⁹

F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hlm. 145.

⁸S.Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 158.

⁹Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hlm. 156.

1. Teknik pengolahan data

Teknik pengolahan data penelitian ini dilakukan dalam bentuk deskriptif yang sering disebut kualitatif yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya dan sering disebut penelitian yang tidak menggunakan angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Maka proses atau teknik pengolahan data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dalam bentuk deskriptif. Karena pada penelitian ini, peneliti tidak melakukan manipulasi data penelitian. Dan tujuan utama penelitian ini adalah menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek atau subjek yang diteliti secara tetap.¹⁰

2. Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹¹

Adapun proses analisis data dalam penelitian ini adalah:

- a. Mempelajari dan mengumpulkan seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, observasi, dokumen pribadi, dokumen resmi dan gambar.
- b. Reduksi data yaitu mengidentifikasi bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah

¹⁰Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), hlm. 157-158.

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 140.

penelitian. Yakni memeriksa kelengkapan dan untuk mencari kembali yang masih kurang dan mengesampingkan yang tidak dibutuhkan.

- c. Menyusun data dalam satu-satu yaitu menyusun data menjadi satu susunan kalimat yang sistematis.
- d. Mengkategorikan atau klasifikasi data yakni mengelompokkan data dari hasil observasi (pengamatan langsung) dan wawancara, berdasarkan jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan peneliti.
- e. Mengadakan pemeriksaan keabsahan data agar data yang dihasilkan valid (benar).
- f. Tahap penafsiran data yaitu menafsirkan data untuk diambil makna atau gambaran yang sesungguhnya.
- g. Penarikan kesimpulan, yakni merangkum pembahasan data menjadi beberapa kalimat yang singkat, padat, dan dimengerti.¹²

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik menguji keabsahan data menurut Sugiyono sebagai berikut:

1. Perpanjangan keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan peneliti bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan data yang dikumpulkan. Dalam hal ini peneliti kembali kelokasi penelitian untuk melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber yang pernah ditemui ataupun belum, hal ini akan menambah fokus penelitian

¹²Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, *Op.Cit.*, hlm. 190.

yang mungkin ada data yang dirahasiakan sehingga akan memunculkan data yang sebenarnya.

2. Ketekunan pengamatan

Dalam hal ketekunan pengamatan bertujuan untuk melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan itu salah atau tidak. Demikian juga dengan meningkatkan ketekunan pengamatan, penulis dapat memberikan deskripsi dan sistematis dari data yang diamati.

3. Triangulasi

Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, dengan demikian triangulasi dapat disimpulkan sebagai teknik pengumpulan data dan waktu penelitian agar lebih memfokuskan data yang diperlukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

1. Sejarah Singkat Bank SUMUT Cabang Syariah

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada Tanggal 04 Nopember 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.

Salah satu yang merupakan Bank Umum Milik Daerah (BUMD) seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan nama Bank SUMUT yang kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota Sumatera Utara. Bank SUMUT secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan ditengah persaingan tersebut. Bank SUMUT sigap dalam melihat peluang pasar Perbankan Syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada Tanggal 04 Nopember 2004 PT. Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Tebing

Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan Syariah diseluruh Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu Konvensional Bank SUMUT.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank SUMUT, terutama sejak dikeluarkannya UU No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah, Bank Konvensional seperti Bank SUMUT juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil resiko dalam mengembangkan Jasa Perbankan Syariah.

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

Atas dasar itulah akhirnya pada Tanggal 04 Nopember 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada Tanggal 26 Desember 2005 juga di buka Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dilanjutkan dengan Kantor Cabang Syariah Stabat pada Tanggal 26 Desember 2006.

Selanjutnya pada tahun 2007, Bank SUMUT telah membuka layanan syariah (*office channelling*) pada 66 unit kantor Cabang Konvensional yang lain. Dimana Bank SUMUT menentukan sasaran dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah sebagaimana berikut ini:

- a. Menjadi pemain utama Bank Syariah di Sumatera Utara dengan pangsa pasar terbesar.
- b. Beroperasi secara sehat dan menjadi sumber andalan profitabilitas bagi Bank SUMUT.

Strategi yang dilakukan oleh Bank SUMUT dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

- a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat yang usahanya masih mikro yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan ke masyarakat dengan perputaran dana yang relatif

signifikan. Sebagai bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan PEMDA yang mempunyai pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

Oleh karena jasa perbankan syariah merupakan produk yang relatif baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah dan masyarakat harus senantiasa diupayakan. Untuk mewujudkan upaya ini, Bank SUMUT Unit Usaha Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi-organisasi keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio dan juga melalui brosur, spanduk, banner, baliho, serta aktif mengikuti pameran dengan membuka stand.

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

Teknologi sistem informasi dan operasi di era sistem komputerisasi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan. Oleh karena itu, Bank SUMUT bekerja sama dengan pihak PT. College Inti Pratama sebagai vendor untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasi seluruh proses internal layanan produk dan jasa syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.

d. Pengembangan Produk

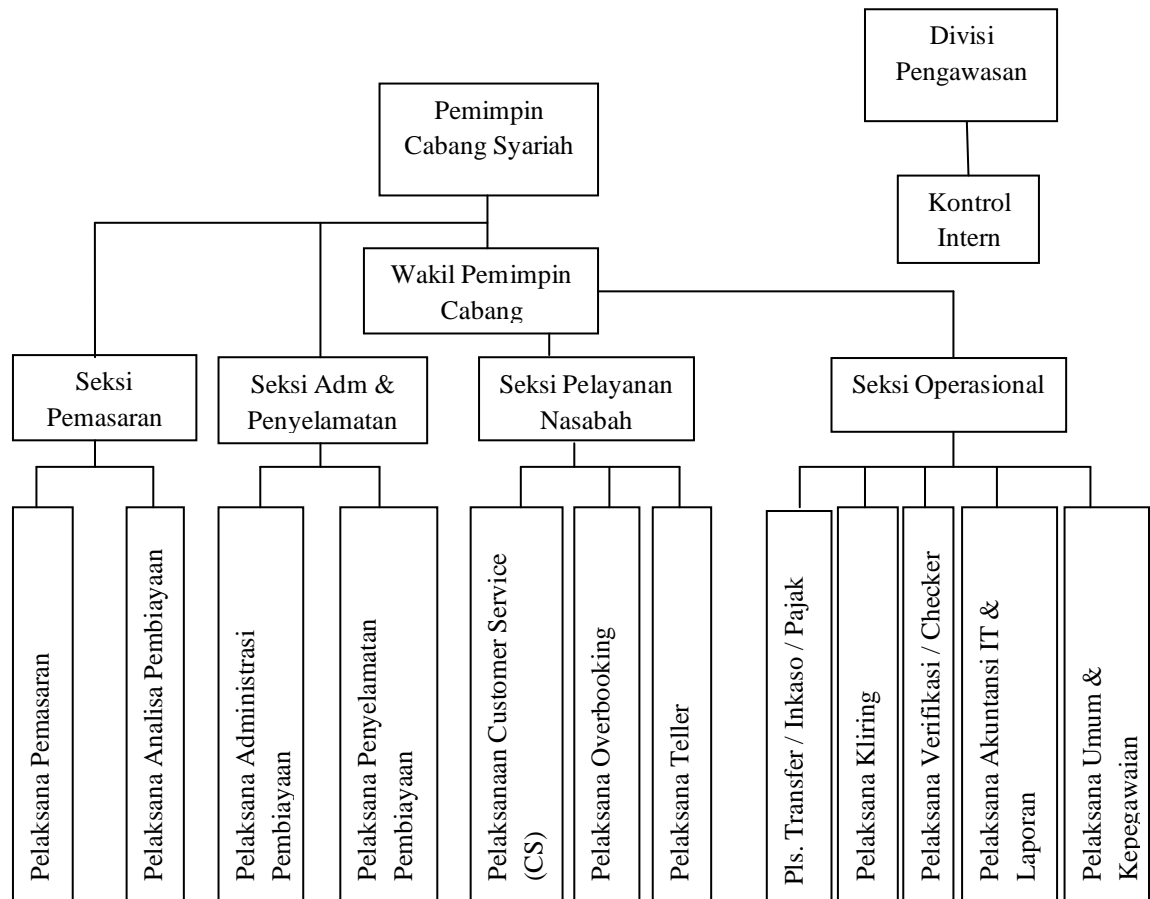
Pengembangan produk lebih difokuskan kepada produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

2. Visi dan Misi Bank SUMUT Syariah

Visi yang ditetapkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah menjadi bank yaitu untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat yang dilakukan dengan prinsip syariah sesuai ketetapan DSN-MUI.

Misi dari Bank SUMUT Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate Governance*.

3. Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan

Keterangan:

Pemimpin Cabang	: Ari Asriadi
Wakil Pemimpin Cabang	: Hilman Saleh Daulay
Pinsi Pemasaran	: Ahmad Sanusi
Pls. Pemasaran	: Rosima Ritonga
Pls. Analisa Pembiayaan	: Zul Bahri L Tobing & Leo Candra

Pinsi APP	: Imran Erianto
Pls. Administrasi Pembiayaan	: Riski Harnas Lubis
Pls. Penyelamatan Pembiayaan	: Anto Pandapotan & Sopan
Pinsi Pelayanan Nasabah	: Juli Damayanti Hasibuan
Pls. CS	: Fachri
Pls. Overbooking	: Fachri
Pls. Teller	: Wiwit Santoso
Pinsi Operasional	: Roy Persadanata
Pls. Transfer/Inkaso/Pajak	: Riswan Hamdani
Pls. Kliring	: Riswan Hamdani
Pls. Verifikasi/Checker	: Riswan Hamdani
Pls. Akuntansi IT & Laporan	: Riswan Hamdani
Pls. Umum & Kepegawaian	: Riswan Hamdani

4. Produk-produk Bank SUMUT Cabang Syariah

Bank SUMUT Syariah komitmen menyediakan produk dan jasa perbankan yang dilandaskan pada prinsip syariah dan pemberdayaan modal secara produktif, untuk keamanan dan kemudahan investasi. Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah adalah:

a. Produk Penghimpunan Dana

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dilakukan untuk mencari dana kepada lapisan masyarakat dan perusahaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1) Giro

a) Simpanan giro wadiah

Simpanan giro wadiah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

b) Simpanan giro mudharabah

Simpanan giro mudharabah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Simpanan giro adalah tabungan yang menitipkan dana pada Bank SUMUT Syariah dengan menggunakan akad mudharabah dan mengelolanya secara professional.

2) Tabungan

a) Tabungan Marhamah

Tabungan marhamah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M. tabungan marhamah berdasarkan prinsip

mudharabah mutlaqoh yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai penegelola adalah pihak bank.

b) Tabungan Marwah

Tabungan marwah berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000. Tabungan marwah adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

c) Tabungan Makbul

Tabungan makbul adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji.

d) Tabungan Mudharabah Plus.

Tabungan mudharabah plus adalah salah satu jenis tabungan yang diberikan oleh Bank SUMUT Syariah Cabang Padangsidempuan sebagai promo produk akhir tahun. Tabungan ini memberikan hadiah langsung tanpa diundi. Yang bisa dibuka dengan menabungkan dana minimal Rp 25.000.000,-. Produk ini diberikan sampai akhir bulan Desember 2015.

3) Deposito

Deposito menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan

akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS.

Adapun salah satu jenis deposito di Bank SUMUT Syariah.

b. Produk Pembiayaan

Dalam produk ini Bank SUMUT Syariah hanya dikhususkan untuk mencari nasabah di seluruh lapisan masyarakat dan perusahaan untuk bekerja sama dalam hal pembiayaan. Diantara produk yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah adalah jual beli atas suatu barang dengan harga yang telah disepakati dari awal pada kesempatan kedua belah pihak, dimana harus jelas disebutkan berapa harga pokok yang harus dibayar dan margin keuntungannya. Pada pembiayaan murabahah di Bank SUMUT Syariah ini ada berbagai macam produk diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Murabahah KPR iB-Griya

Murabahah KPR iB-Griya ini merupakan pembiayaan yang digunakan oleh debitur yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran dimuka oleh bank yang bersangkutan kemudian debitur yang akan mencicil kepada pihak perusahaan.

b) Murabahah iB Serbaguna

Merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh debitur dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup.

c) Murabahah Investasi

Murabahah investasi digunakan untuk para pengusaha dalam ekspansi perusahaan dan pengadaan kebutuhan alat-alat, baik dari aspek pertanian, perdagangan, perikanan, maupun transportasi.

d) Murabahah Konsumsi

Murabahah konsumsi adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen dalam kehidupannya seperti, kendaraan, merenovasi rumah, laptop dan sebagainya.

e) Pembiayaan iB Modal Kerja

Pembiayaan iB Modal Kerja di Bank SUMUT Syariah menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan akad mudharabah dan musyarakah. Pembiayaan mudharabah modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik (shahibul maal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melaksanakan kegiatan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan/bagi hasil dengan menggunakan metode bagi

hasil antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

Pembiayaan musyarakah modal kerja adalah penanaman dana dari pemilik dana modal untuk mencampurkan dana/modal mereka pada suatu tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

f) Gadai Emas.

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana debitur yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimana jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

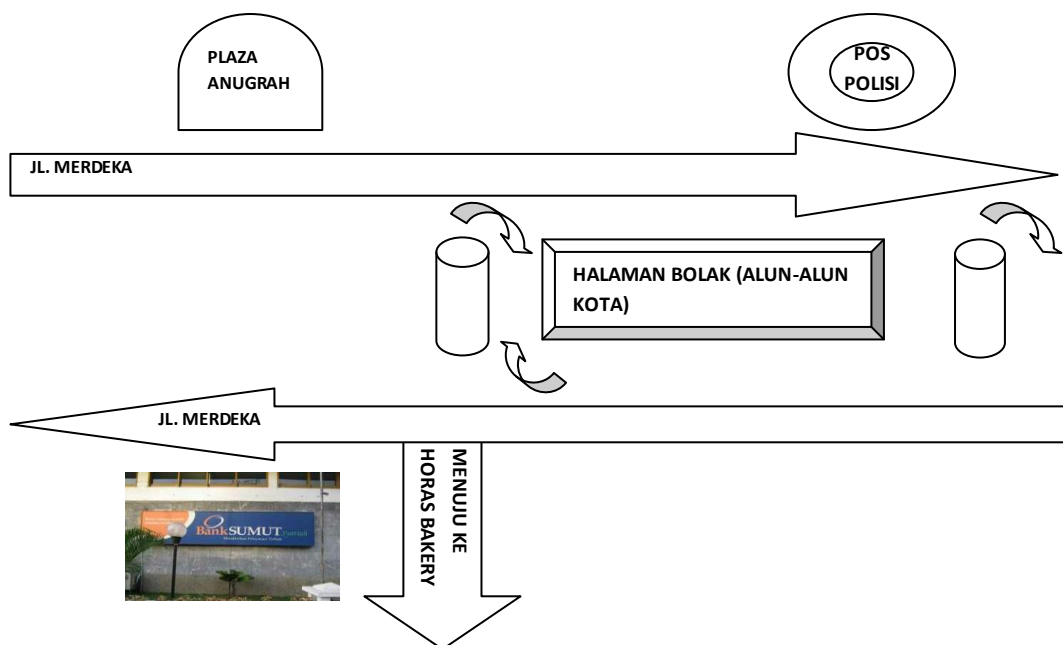
2) Produk Jasa

Produk jasa yang ditawarkan oleh Bank SUMUT Syariah lumayan memadai tidak kalah dengan produk jasa dari bank lain diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia
- b. Bank Garansi
- c. Surat Keterangan Bank
- d. Inkaso
- e. BI-RTGS

5. Lokasi Perusahaan

Adapun lokasi tempat peneliti melakukan penelitian terletak di Jalan Merdeka No.12 Padangsidempuan, Sumatera Utara. Bisa dijelaskan dengan denah lokasi dibawah ini:



Gambar 4.2
Lokasi Perusahaan

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Etika Pelayanan *Marketing* Bank Syariah

Etika adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk yang dianut oleh masyarakat. Etika diartikan sebagai ketentuan yang mengatur tindak dan gerak manusia dalam pergaulan di masyarakat, seperti penampilan, cara berbicara, cara berpakaian, sopan santun dan lain-lain.

Dimana etika dalam perbankan adalah bagaimana proses aktivitas pemasaran kebijakan secara benar, adil dan berpegang teguh kepada nilai nilai dalam berbisnis. Etika pelayanan dinilai dari perilaku petugas bank terutama petugas pelayanan (*costumer service*) dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen/nasabah.

Etika *marketing* dalam melayani nasabah dalam mempromosikan produk agar berminat pada produk Bank Syariah yakni mendekati nasabah secara kekeluargaan yaitu dengan memahami sifat maupun gerak gerik nasabah, berbicara dengan bertutur kata yang santun, kontak mata dengan nasabah, melayani nasabah dengan tulus, ikhlas, rendah hati dan senyuman.¹

Setiap pedagang maupun pembeli yang belum menjadi nasabah PT Bank SUMUT atau yang belum tau sama sekali dengan produk yang disediakan oleh Bank, mereka pasti menilai bagaimana etika pelayanan karyawan dalam mempromosikan produknya terhadap pedagang yang ingin

¹Wawancara dengan Ibu Rosima Ritonga Karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan bagian Pelaksana Pemasaran pada Tanggal 5 September 2016 pukul 10.15 WIB.

menjadi nasabah Bank SUMUT. Jadi upaya yang dilakukan karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yaitu :

“Cara Ibu melayani nasabah yang belum tau sama sekali dengan produk Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yakni dengan membawakan brosur serta dengan menguasai produk yang disediakan oleh Bank, terkadang nasabah bingung terhadap produk yang disediakan oleh Bank, maka bagian *Funding Officer* lah yang menjelaskan kepada seseorang yang ingin menjadi nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”.²

2. Promosi Produk terhadap Pedagang

Upaya yang dilakukan oleh karyawan PT Bank SUMUT cabang Syariah Padangsidempuan dalam mempromosikan produknya terhadap pedagang adalah dengan meningkatkan strategi promosi seperti :³

a. Periklanan (Advertising)

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat:

- 1) Pemasangan billboard (papan nama) di jalan-jalan strategis.
- 2) Pencetakan brosur baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
- 3) Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis.
 - a) Melalui Koran.
 - b) Melalui Majalah.
 - c) Melalui Televisi.
 - d) Melalui Radio.

²Wawancara dengan Rosima Ritonga Karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bagian Pelaksana Pemasaran, Senin 5 September 2016 pukul 10.15 WIB.

³Wawancara dengan Rosima Ritonga Karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bagian Pelaksana Pemasaran, Senin 5 September 2016 pukul 10.20 WIB.

b. Promosi penjualan

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau sales promotion. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Tentu saja agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sample produk.

c. Publisitas

Tujuannya adalah agar nasabah mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah kegiatan publisitas dapat dilakukan melalui :

- 1) Ikut pameran
- 2) Ikut kegiatan amal
- 3) Ikut bakti social
- 4) Sponsorship kegiatan

d. Penjualan perorangan

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau personal selling. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam hingga pejabat bank.

Peneliti memperkuat sarana promosi dalam landasan teori yakni sejalan dengan teori dalam buku Herry Sutanto dan Khaerul Umam yang menyatakan secara garis besar ada empat macam sarana promosi yaitu:

- 1) Periklanan (*advertising*)
- 2) Promosi penjualan (*sales promotion*)
- 3) Publisitas (*publicity*)
- 4) Penjualan perorangan (*personal selling*), atau keterangan lebih lanjut dapat dilihat di Bab II.

3. Etika Pelayanan *Marketing* Karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam Mempromosikan Produk terhadap Pedagang Pasar Ukok Kodok Padangsidimpuan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap pedagang Pasar Ukok Kodok Padangsidimpuan, yaitu dari 20 nasabah/pedagang yang diwawancarai, 80% menjawab bahwa karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan telah bersikap jujur dan dapat dipercaya. Hal ini menandakan bahwa etika pelayanan marketing terhadap nasabah telah dilakukan yakni karyawannya telah bersikap jujur dan dapat dipercaya, seperti yang dinyatakan oleh Ibu Nur Aisyah salah satu nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan yaitu:

“Menurut Ibu Karyawannya tidak pernah berbohong, karena Ibu udah bertahun tahun bertransaksi ke bank tersebut”.⁴ Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Tuan Makmur yang bertempat tinggal di

⁴Wawancara dengan Nur Aisyah, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 09.30 WIB.

Batunadua yaitu : “Karyawannya tidak pernah berbohong, sehingga nasabahnya tidak pindah ke bank lain”.⁵

Begitu juga dengan pendapat Kakak Nur Fauziah yang bertempat tinggal di Sigalangan yaitu “Karyawannya jujur dan tidak pernah berbohong, selama bertahun tahun tabungannya aman disimpan disana”.⁶

Para pedagang pada dasarnya berbeda pandangan tentang etika karyawan dalam melayani nasabah yang ingin menabung serta ingin bertransaksi. Seperti yang diungkapkan Bapak Sapril yang bertempat tinggal di Jalan Slamet Riyadi yaitu: “Jujur disini karena karyawannya tidak pernah bermain- main dengan simpanan uang nasabahnya”.⁷

Sama halnya dengan pendapat Kakak Nurilam Sari Siagian “Karyawannya jujur tidak pernah bermain dengan uang simpanan nasabahnya, tidak pernah berbohong, karena itulah nasabahnya percaya kepada Bank sumut dan kakak pun merasa berhubungan dengan bank itu sudah bertahun tahun karena kakak rasa udah percaya kakak, aman disimpan uang di bank itu”.⁸

Jujur dan dapat dipercaya yang dimaksud dalam penelitian ada 2 kriteria yaitu :

1. Jujur karena tidak pernah berbohong

⁵Wawancara dengan Tuan Makmur, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 10.30 WIB.

⁶Wawancara dengan Nur Fauziah, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 09.25 WIB.

⁷Wawancara dengan Sapril, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 10.15 WIB.

⁸Wawancara dengan Nurilam Sari Siagian, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 09.00 WIB.

2. Tidak pernah bermain dengan uang simpanan nasabahnya.

Selebihnya 20% nasabah/pedagang yang menjawab bahwasanya karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan tidak jujur sebagaimana pendapat Ibu Ana yang bertempat tinggal di Kampung Tobat yaitu “Karyawannya tidak jujur jika berjanji karyawannya tidak menepati janjinya”.⁹



Gambar 4.3
Wawancara dengan Ibu Aisyah

Gambar 4.4
Wawancara dengan Tuan Makmur

Selain bersikap jujur dan dapat dipercaya, dari 20 nasabah/pedagang 95% pedagang menilai karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan memiliki etika yang baik dalam melayani nasabahnya. Seperti pendapat Kakak Nurilam Sari “Setiap berjumpa dengan karyawannya mengucapkan salam, ramah, sopan

⁹Wawancara dengan Ana, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 11.00 WIB.

karyawannya, santun, dan tidak pernah memotong pembicaraan kakak kalau bicara.”¹⁰

Sama halnya dengan pendapat Bapak Sapril yaitu : “Karyawannya waktu berjumpa mengucapkan salam dan tidak pernah memotong pembicaraan nasabah yang berbicara”.¹¹ Dan menurut pendapat Ibu Sumiati “Karyawannya jika berjumpa menggunakan bahasa yang halus, memanggil Bapak atau Ibu”.¹²

Hanya 5% nasabah/pedagang yang menilai bahwa karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan tidak memiliki etika yang baik dalam melayani nasabahnya yakni seperti pendapat Kakak Rita Sugiarti bahwa “karyawannya terkadang tidak mengucapkan salam kepada nasabahnya”.¹³



¹⁰Wawancara dengan Nurilam Sari Siagian, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 09.00 WIB.

¹¹Wawancara dengan Sapril, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 10.25 WIB.

¹²Wawancara dengan Sumiati, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 09.45 WIB.

¹³Wawancara dengan Rita Sugiarti, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 11.00 WIB.

Gambar 4.5
Wawancara dengan Ibu Nurilam Sari

Dari segi penampilan nasabah/pedagang menilai 100% bahwa karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan telah berpenampilan rapi didepan nasabahnya, seperti pendapat Ibu Sahar yang bertempat tinggal dikampung teleng yaitu : “Karyawannya rapi, berjilbab, cantik, berbeda dengan pedagang dan menandakan dia sebagai karyawan bank”.¹⁴

Sama halnya dengan Ibu Roslaini dan Kakak Masha yaitu “Karyawannya berpakaian sesuai dengan syariah dan rapi”.¹⁵ Begitu juga dengan pendapat Kakak Juliati Maria yang beralamat di Jalan Topi “Karyawannya tidak pernah memakai pakaian biasa, yakni memakai pakaian kantor/dinas”.¹⁶ Dan disambung dengan pendapat Kakak Juraidah “Karyawannya rapi dan harum”.¹⁷

Dari 20 nasabah/pedagang 90% nasabah/pedagang menilai karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan siap membantu dan melayani nasabahnya apabila nasabahnya kurang mengerti masalah produk yang ditawarkan kepada nasabah, seperti pendapat Kakak Nur Fauziah “Karyawannya siap bantu, sopan dan karyawannya rela

¹⁴Wawancara dengan Sahar, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 11.00 WIB.

¹⁵Wawancara dengan Roslaini dan Masha, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 10.00 WIB.

¹⁶Wawancara dengan Julianti Maria, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 10.20 WIB.

¹⁷Wawancara dengan Juraidah, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 09.45 WIB.

menunggu nasabahnya”.¹⁸ Begitu juga dengan pendapat dari Ibu Fatimah Hasibuan “Apabila terjadi kesalahpahaman dari Bank, karyawannya siap melayani nasabahnya apabila terjadi kesalahan dalam transaksi”.¹⁹

Berdasarkan wawancara yang dilakukan 10% nasabah/pedagang menilai bahwa karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan hanya siap membantu pada hari Selasa dan Jumat, lain dari hari itu nasabahnya harus datang ke kantor”.²⁰

Berdasarkan wawancara 20 nasabah/pedagang menilai 90% bahwa karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan menjamin kecepatan layanan yang memuaskan kepada nasabahnya yang bertransaksi. Seperti pendapat dari Kakak Nurilam Sari Siagian yaitu: “Kakak mau menabung ke bank, karyawan bank tersebut datang ke pasar, terus tidak perlu lagi kakak yang ke bank melainkan karyawan yang datang ke pasar lah yang melakukan transaksinya”.²¹ Dan menurut Ibu Fatimah Hasibuan “Karyawannya tidak pernah melama lamakan setoran dari nasabahnya”.²²

Nasabah/pedagang menilai 10% bahwa karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan tidak menjamin kecepatan layanan yang memuaskan kepada nasabahnya yakni menurut Bapak Rasydi Nasution

¹⁸Wawancara dengan Nur Fauziah, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 10.28 WIB.

¹⁹Wawancara dengan Fatimah Hasibuan, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 09.26 WIB.

²⁰Wawancara dengan Asila, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 3 Agustus 2016 pukul 11.20 WIB.

²¹Wawancara dengan Nurilam Sari Siagian, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Senin 29 Agustus 2016 pukul 09.00 WIB.

²²Wawancara dengan Fatimah Hasibuan, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 10.55 WIB.

sebagai penjual ikan yang beralamat di Kampung Teleng yakni: ”Karyawannya terkadang melakukan kesalahan dalam transaksi”.²³ Dan berbeda dengan pendapat Kakak Rita Sugiarti “Karyawannya terkadang melama-lamakan nasabah yang mau melakukan pinjaman”.²⁴



Gambar 4.7
Wawancara dengan Kakak Masha



Gambar 4.8
Wawancara dengan Kak Fauziah

Dari hasil penelitian di atas, peneliti menyimpulkan bahwa etika pelayanan marketing karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan telah dilakukan terhadap pedagang Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan yaitu nasabah/pedagang menilai karyawannya bersikap jujur dan dapat dipercaya, memiliki etika yang baik dalam melayani nasabahnya, berpenampilan rapi dan menarik di depan nasabahnya, senantiasa siap membantu nasabahnya dan menjamin kecepatan layanan yang memuaskan kepada nasabahnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula dalam buku “Syariah *Marketing*”. Ada sembilan

²³Wawancara dengan Rasydi Nasution, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 11.45 WIB.

²⁴Wawancara dengan Rita Sugiarti, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Sabtu 3 September 2016 pukul 11.00 WIB.

etika pemasar, yang akan menjadi prinsip-prinsip bagi syariah marketer dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran:

1. Memilih kepribadian spritual (*Takwa*)
2. Berperilaku baik dan simpatik (*Shidq*)
3. Berlaku adil dalam bisnis (*Al- 'Adl*)
4. Bersikap melayani dan rendah hati (*Khidmah*)
5. Menepati janji dan tidak curang
6. Jujur dan terpercaya (*Al-Amanah*)
7. Tidak suka berburuk sangka (*Su 'uzh-zhann*)
8. Tidak suka menjelek-jelekkkan (*Ghibah*)
9. Tidak melakukan sogok (*Riswah*), keterangan lebih lanjut dapat dilihat di Bab II.

Penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Muhammad Ainun Nafis (2011) Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo, yakni pelayanan Islami karyawan adalah:

1. Jujur
2. Amanah
3. Tidak menipu
4. Menepati janji
5. Murah hati, keterangan lebih lanjut dapat dilihat di Bab II.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan wawancara terkait dengan etika pelayanan marketing karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dalam mempromosikan produk terhadap pedagang pasar Ucok Kodok Padangsidempuan dapat disimpulkan bahwa :

1. Karyawannya bersikap jujur dan dapat dipercaya yakni tidak pernah berbohong pada nasabahnya dan karyawannya tidak pernah bermain- main dengan simpanan uang nasabahnya.
2. Karyawannya memiliki etika yang baik dalam melayani nasabahnya yakni setiap berjumpa dengan karyawannya mengucapkan salam, ramah, sopan karyawannya, santun, dan tidak pernah memotong pembicaraan.
3. Dari segi penampilan karyawannya rapi, berjilbab, cantik, berbeda dengan pedagang dan menandakan dia sebagai karyawan bank.
4. Karyawannya senantiasa membantu nasabahnya, sopan dan karyawannya rela menunggu nasabahnya
5. Karyawannya menjamin kecepatan layanan yang memuaskan dan tidak melakukan kesalahan dalam transaksi.

B. SARAN

Etika dalam melayani nasabah sangat lah penting bagi seorang karyawan marketing, sebab etika dinilai dari penampilan, cara berbicara, cara berpakaian, sopan santun dan lain-lain. Oleh sebab itu hendaklah pihak Bank mampu mencerminkan etika tersebut sehingga mampu memberikan kenyamanan bagi nasabahnya sebagai sasaran pihak marketing Bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Agni S. Mayangsari, *Hearty Service Service itu disini*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Ahmad bin Ali bin Muhammad bin Hajar al-kanani al-asqolani al-qohori, Subulussalam, Bandung: Dahlan, 773-852 Hijriah.
- Ali Yafie dkk, *Fiqh Perdagangan Bebas*, Jakarta Selatan: Teraju, 2003.
- Amruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar metode penelitian hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Semarang: Asy-Syifa, 1998.
- Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2000.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Kemendikbud, *KBBI*, Jakarta: Gema Insani, 2005.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda Karya, 2000.
- Mahmud Yunus, *Tafsir Qur'an Karim*, Jakarta: PT Intermasa, 1973.

- Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-dasar dalam Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Manullang, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2013.
- Muhammad, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008.
- Muhammad Nasib Ar-Rifai, *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir jilid 1*, Jakarta: Maktabah Ma'arif, 1989.
- Muhammad Nasir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2011.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Volume 2*, Jakarta: Lentera Hati, 2009.
- Nur Ahmad Fadhil & Azhari Akmal, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Hijri Pustaka Utama, 2001.
- Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran*, Bandung: Alfabet, 2012.
- Nurul Huda dkk, *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Nurul Oktima, *Kamus Ekonomi*, Surakarta: Aksara Sinergi Media, 2012.
- Philip Kotler & Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*, Indonesia: PT.Indeks, 2007.
- Purwosutjipto, *Pengertian Hukum Dagang Indonesia*, Jilid 1 Pengetahuan Dasar Hukum Dagang, Jakarta: Djambatan, 1999.
- Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004.
- S.Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

Sonny Kerap, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.

Suherman Sapri, *Kiat Sukses Seorang Pemasar Bank*, Bogor: PT Penerbit IPB Press, 2013.

Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003.

Sumber Lainnya

Wawancara dengan Ana, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Wawancara dengan Asila, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Wawancara dengan Fatimah Hasibuan, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Wawancara dengan Ibu Rosima Ritonga Karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bagian Pelaksana Pemasaran.

Wawancara dengan Julianti Maria, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Wawancara dengan Juraidah, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Wawancara dengan Nur Aisyah, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Wawancara dengan Nur Fauziah, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Wawancara dengan Nurilam Sari Siagian, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang
Syariah Padangsidempuan.

Wawancara dengan Rasydi Nasution, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Wawancara dengan Rita Sugiarti, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Wawancara dengan Roslaini dan Masha, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang
Syariah Padangsidempuan.

Wawancara dengan Sahar, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Wawancara dengan Sapril, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Wawancara dengan Sumiati, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.

Wawancara dengan Tuan Makmur, Nasabah PT Bank SUMUT Cabang Syariah
Padangsidempuan.



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

Nomor : B- 1160 /In. 14/G/G. 4b/TL.00/08/2016
Temp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

9 Agustus 2016

kepada
Kepimpinan PT. Bank SUMUT
Cabang Syariah Padangsidempuan
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Fadli Khair
NIM : 12 220 0113
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " Etika Pelayanan Marketing Bank Syariah dalam Mempromosikan Produk Terhadap Pedagang Pasar Ucak Kodok Padangsidempuan (PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan) ".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001

KANTOR PUSAT

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

No. : 148 /DSDM-UTC/L/2016
Lamp. : --

Medan, 19 Agustus 2016

Kepada :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidempuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang
di - Tempat

Hal : Izin Riset

Sehubungan dengan Surat Bapak No. 1160/In.14/G/G.4b/TL.00/08/2016 tanggal 09 Agustus 2016 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan izin riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padang sidempuan, dengan data dibawah ini :

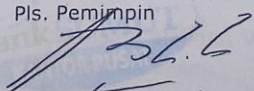
➤ Nama : Muhammad Fadli Khair
➤ NIM : 12.220.0113
➤ Jurusan : Perbankan Syariah
➤ Judul Skripsi : "Etika Pelayanan Marketing Bank Syariah Dalam Mempromosikan Produk Terhadap Pedagang Pasar Ucok Kodok Padangsidempuan (PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan)"

disetujui untuk melaksanakan riset di Cabang Syariah P. Sidempuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Syariah P. Sidempuan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
3. Selesai penulisan Skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cq. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia
Pls. Pemimpin


T. Radek Iskandar
NPP. 632.281266.010394

Tembusan :

- Pemimpin Cabang Syariah P. Sidempuan
- Sdr. Muhammad Fadli Khair

PT. CABANG SYARIAH:

Padangsidimpuan

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 4515100
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

nomor : 335/KCSy02-Ops/L/2016

P. Sidimpuan, 11 Oktober 2016

ada Yth,
an Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
ut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang

Tempat

H a l : Keterangan Pelaksanaan Riset

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan Surat No. 1160/in.14/G/G.4b/TL.00/08/2016 tanggal 09 Agustus 2016 hal Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

na : Muhammad Fadli Khair
I : 12.220.0113
san : Perbankan Syariah
il : Etika Pelayanan Marketing Bank Syariah Dalam Mempromosikan Produk Terhadap Pedagang Pasar Ucok Kodok Padangsidimpuan Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

Adalah benar telah melakukan riset di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan pada tanggal 19 Agustus 2016 sampai dengan tanggal 30 September 2016.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, dengan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb,
Pemimpin Cabang



ARIASRIADI
NPP. 1217.230976.110804

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

ETIKA PELAYANAN MARKETING BANK SYARIAH DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK TERHADAP PEDAGANG PASAR UCOK KODOK PADANGSIDIMPUAN (PT BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)

1. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan telah bersikap jujur dan dapat dipercaya pada nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
2. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan memiliki etika yang baik dalam melayani nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
3. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan selalu berpenampilan rapi dan menarik di depan nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
4. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan bertingkah laku sopan dan santun kepada nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
5. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan senantiasa siap membantu dan melayani nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
6. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dapat memberikan solusi yang paling menguntungkan kepada nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
7. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan menjamin kecepatan layanan yang memuaskan dan tidak melakukan kesalahan dalam transaksi ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
8. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan berakhlak simpati, dan jujur ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
9. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan senantiasa menepati janji yang telah diucapkannya kepada nasabah ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!
10. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan bertanggung jawab atas seluruh tugas pekerjaan, dan tindakannya terhadap nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Terimakasih atas waktunya Bapak/Ibu

PEDOMAN WAWANCARA

ETIKA PELAYANAN MARKETING BANK SYARIAH DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK TERHADAP PEDAGANG PASAR UCOK KODOK PADANGSIDIMPUAN (PT BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)

1. Dalam mempromosikan produk dari Bank, bagaimana cara Ibu supaya nasabah tersebut berminat pada produk Bank tersebut ?
2. Bagaimana cara Ibu supaya nasabah tersebut masih tetap loyal kepada Bank ?
3. Bagaimana cara Ibu melayani nasabah yang belum tau sama sekali dengan produk Bank Syariah tersebut ?
4. Bagaimana upaya yang dilakukan karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dalam mempromosikan produk Bank Syariah kepada Nasabah ?

Lampiran II

PEDOMAN OBSERVASI

1. Bagaimana etika promosi karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dalam mempromosikan produk kepada nasabah pedagang pasar Ukok Kodok Padangsidempuan ?

Lampiran 3









Lampiran 4

PEDOMAN WAWANCARA

ETIKA PELAYANAN MARKETING BANK SYARIAH DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK TERHADAP PEDAGANG PASAR UCOK KODOK PADANGSIDIMPUAN (PT BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN)

Nama : Fatimah Hasibuan
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Kantin Dolok
Umur : 45 Tahun
Jenis Dagangan : Jual Ayam
Lama berdagang : 15 Tahun

1. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan telah bersikap jujur dan dapat dipercaya pada nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, ucapannya jujur dan tidak berbohong

2. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan memiliki etika yang baik dalam melayani nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, sangat rapi, menggunakan pakaian dinas yang rapi, selaras

3. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan selalu berpenampilan rapi dan menarik di depan nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, Karyawannya memakai jilbab , berjilbab, rapi serta ramah

4. SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan bertingkah laku sopan dan santun kepada nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Menyapa dengan kata yang halus dan sopan dengan menyapa nasabah dengan panggilan Bapak/Ibu

5. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan senantiasa siap membantu dan melayani nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, Apabila terjadi kesalahpahaman dari Bank, karyawannya siap melayani nasabahnya apabila terjadi kesalahan dalam transaksi

6. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan dapat memberikan solusi yang paling menguntungkan kepada nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, Menawarkan produk kepada nasabah yang baru menggunakan produk dari bank

7. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan menjamin kecepatan layanan yang memuaskan dan tidak melakukan kesalahan dalam transaksi ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, Karyawannya tidak pernah melama lamakan setoran dari nasabahnya

8. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan berakhlak simpati, dan jujur ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, karyawannya menanyakan kepada nasabah yang ingin menabung

9. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan senantiasa menepati janji yang telah diucapkannya kepada nasabah ?

Iya, selalu menepati janji

10. Apakah karyawan PT Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan bertanggung jawab kepada nasabahnya ? Jika Iya atau Tidak, coba Bapak/Ibu jelaskan!

Iya, apabila terjadi kesalahan, karyawannya bertanggung jawab, kasusnya belum terjadi

Padangsidempuan, 03 September 2016

(Fatimah Hasibuan)

LEMBAR IDENTITAS INFORMAN PENELITIAN

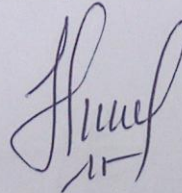
Yang bertanda tangan di bawah ini, telah memberikan waktu dan informasi serta identitas dan menjawab pertanyaan dalam lembar wawancara sesuai dengan kebutuhan data penelitian Saudara **Muhammad Fadli Khair**.

Berikut deskripsi identitas diri dan kebutuhan data dari informan:

Nama : NURILAM SARI SIAGIAN
Jenis Kelamin : PEREMPUAN
Alamat : JALAN ALBOIN HUTABARAT Gg. DAME 5
Umur : 40 tahun
Jenis Dagangan : BERAS
Lama Berdagang : 10 tahun

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, sehingga dapat digunakan dalam menganalisis data penelitian.

Padangsidempuan, 29 Agustus 2016



(.....NURILAM SARI SIAGIAN)