



**STRATEGI PENGELOLAAN TABUNGAN MABRUR
DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG BATUSANGKAR**

SKRIPSI

*Ditulis Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S-1)
Jurusan Perbankan Syariah*

Oleh:

RINDA GUSNELI
NIM. 1630401152

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
BATUSANGKAR
1441 H/2020 M**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rinda Gusneli
Nim : 1630401152
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pengelolaan Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar”** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat, kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 15 Juni 2020

Saya yang menyatakan,



Kinda Gusneli
Nim. 1630401152

PERSetujuan PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas Nama RINDA GUSNELI, Nim 16 304 011 52 dengan Judul: "STRATEGI PENGELOLAAN TABUNGAN MAHRUR DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG BATUSANGKAR" memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk dilanjutkan ke sidang ~~manajemen~~

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Ketua Jurusan
Perbankan Syariah


Elfauli, S.E.I, M.Si
NIP. 198306172007101002

Batusangkar, 15 Juni 2020
Pembimbing


Subhan Mariko, SE.I, M.Si
NIP -



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Batusangkar


Dr. Ulya Atmaji, S.P., M.Hum
NIP. 197503031990031004

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi atas nama Rinda Gusneli, NIM 1630401152, judul "Strategi Pengelolaan Tabungan Mabru di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar" telah diuji dalam sidang *Munqasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang dilaksanakan pada Kamis, 25 Juni 2020 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Strata Satu (S1) pada Jurusan Perbankan Syariah

Demikian Persetujuan ini diberikan untuk dipergunakan seperlunya

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Suhatri Mariko, SE-I, M.Si NIP.	Ketua Sidang		29/06.2020
2	Dr. H Rizal, M.Ag NIP. 197310072002121001	Anggota		27/06 2020


Batusangkar, 29 Juni 2020

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN)




Dr. Kha Asani, S.H., M.Hum
NIP. 197503031999031004

ABSTRAK

RINDA GUSNELI, NIM.1630401152, dengan judul SKRIPSI “**Strategi Pengelolaan Tabungan Mabruur Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar**”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini yaitu bagaimana strategi pemasaran Tabungan Mabruur dan prosedur pelaksanaan Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan tentang strategi pemasaran Tabungan Mabruur dan prosedur pelaksanaan Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field Researc*) dengan metode kualitatif. Teknik yang penulis gunakan dalam pengumpulan data yaitu melalui wawancara dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini yaitu *Customer Service* dan *Marketing* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa, strategi pemasaran produk Tabungan Mabruur pada Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut: pertama, Strategi pemasaran melalui produk (*product*) dengan menawarkan keunggulan dan manfaat dari produk karena Tabungan Mabruur sesuai kebutuhan nasabah. Kedua, Strategi pemasaran melalui harga (*price*) dalam pembukaan rekening Tabungan Mabruur sudah sangat terjangkau dan sesuai dengan peraturan dari pusat serta bebas biaya administrasi. Ketiga, Strategi pemasaran melalui tempat/distribusi (*place*) pada Bank Syariah Mandiri sangat strategis karena dekat dengan pasar Batusangkar, sehingga mudah diketahui masyarakat. Keempat, Strategi pemasaran melalui promosi (*promotion*) yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar adalah periklanan seperti: spanduk, sebar brosur pada musim haji/pelepasan haji yang diberikan pada keluarga jamaah, dan promosi dari mulut ke mulut.

Prosedur pelaksanaan Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar adalah nasabah datang ke Bank Syariah Mandiri dengan membawa fotocopy (KTP) dan nomor pokok wajib pajak (NPWP) jika ada, kemudian mengisi formulir pembukaan rekening Tabungan Mabruur di *Customer Service* dengan minimal setoran awal Rp.100.000. Ada dua cara untuk mendapatkan nomor porsi, yaitu: menyetor secara langsung dan secara bertahap sampai tabungan terkumpul dan memenuhi syarat-syarat yang dibutuhkan oleh *Customer Service*. Sedangkan untuk penutupan rekening Tabungan Mabruur yaitu: nasabah mendatangi bank dengan membawa persyaratan yang ditentukan, nasabah mengembalikan buku tabungan kepada CS, *Customer Service* melakukan pengecekan persyaratan penutupan rekening serta fasilitas tabungan sehingga diketahui saldo akhir, setelah nasabah melakukan penarikan kemudian CS melakukan penutupan dan nasabah diberikan slip penarikan.

Kata kunci: Strategi pemasaran, prosedur pelaksanaan tabungan mabruur dan pengelolaan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Sub Fokus	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat dan Luaran penelitian	7
F. Defenisi Operasional	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Konsep Strategi.....	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Unsur-Unsur Strategi	11
3. Level Strategi.....	13
4. Penyusunan Strategi.....	13
5. Fungsi Strategi	14
6. Strategi Bisnis	15
7. Implementasi Strategi	16
B. Pengelolaan.....	17
1. Pengertian pengelolaan	17
2. Bentuk pengelolaan.....	18
C. Pemasaran.....	19
1. Pengertian pemasaran	19

2. Peranan Pemasaran	20
3. Fungsi Pemasaran	21
4. Strategi Pemasaran Bank	22
D. Tabungan	26
1. Pengertian Tabungan	26
2. Akad dalam tabungan	27
3. Tabungan Ongkos Naik haji (ONH)	34
E. Tabungan Mabruur	35
1. Defenisi Tabungan Mabruur	35
2. Prosedur Tabungan	36
3. Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan.	40
F. Penelitian Relevan	43
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian	46
B. Latar dan Waktu Penelitian	46
C. Instrumen Penelitian	47
D. Sumber Data	47
E. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Teknik Analisis dan Interpretasi Data	48
G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	50
A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri	50
1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri	50
2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan	52
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar	53
4. Produk Bank Syariah Mandiri	57
B. Hasil Penelitian.....	69
1. Strategi Pemasaran Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar	69

2. Prosedur Pelaksanaan Tabungan Mabror di Bank Syariah Mandiri	
Kantor Cabang Batusangkar	73
C. Pembahasan	79
BAB V PENUTUP.....	81
A. Kesimpulan.....	81
B. Saran	82
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah nasabah Tabungan Mabror dari tahun 2016-2019.....	5
Tabel 3. 1 Rancangan Waktu Penelitian	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 <i>Logo Bank Syariah Mandiri</i>	50
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank terdiri dari dua jenis yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Bank Konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri dari atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Prinsip syariah menurut UU No. 21/2008 adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Perbankan syariah dalam melakukan kegiatan usahanya berasaskan prinsip syariah, demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Tujuan perbankan syariah menurut pasal 3 Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat. (Muthaher, 2012: 13-14)

Dalam pelayanan kepada masyarakat, Bank Syariah memiliki produk yang berupa produk penghimpunan dana, produk pembiayaan dan produk jasa. Seiring perkembangan dan kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan produk Bank Syariah menjadi lebih banyak dan dapat mengakomodasi kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan seperti salah satunya ialah produk Tabungan Haji. (Tarigan, 2017: 134)

Tabungan merupakan salah satu produk yang sangat banyak diminati oleh masyarakat. Banyak masyarakat yang ingin menyimpan dananya dalam

bentuk tabungan, baik untuk tujuan masa yang akan datang ataupun jangka pendek. Tabungan merupakan penyesihan sebagian dari hasil pendapatan yang dikumpulkan sebagai cadangan masa depan untuk mewujudkan apa yang diinginkan. Tabungan dalam Bank Syariah adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau Investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Prinsip syariah tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. (Soemitra, 2018: 71)

Tabungan adalah suatu bentuk investasi dengan menyisihkan sebagian pendapatan untuk masa depan. Sedangkan haji adalah bentuk ibadah dalam rangka mengunjungi baitullah dengan melaksanakan syarat dan rukun wajib haji. Maka tabungan haji adalah suatu simpanan perencanaan yang dilakukan perorangan yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji. Perencanaan itu dapat dilakukan dengan menginvestasikan uang kita secara berangsur-angsur ke lembaga keuangan (Bank Syariah) maupun bentuk investasi lainnya. (Daulay, 2017: 118)

Tabungan haji di perbankan syariah merupakan salah satu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk keberangkatan ibadah haji. Tabungan haji adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji, atau pada kondisi-kondisi tertentu sesuai dengan perjanjian nasabah. Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah berupaya untuk menghimpun dana dari masyarakat yang mau berangkat haji memberikan pelayanan yang sesuai syariah. Berdasarkan Undang-undang Nomor 34 Tahun 2014 Pasal 46 tentang pengelolaan keuangan haji, menyebutkan bahwa keuangan haji wajib dikelola oleh di Bank Umum Syariah dan/atau Unit Usaha Syariah dan dapat ditempatkan atau diinvestasikan. Dalam melakukan investasi tersebut, harus

sesuai dengan prinsip syariah dan mempertimbangkan sejumlah aspek, yakni aspek keamanan, kehati-hatian, nilai manfaat dan likuiditas. (Azizah dan Makrus, 2018: 46-47)

Melalui produk tabungan haji ini Bank syariah dapat memposisikan dirinya sebagai kepercayaan umat dalam hal ini pelayanan keuangan. Lebih lanjut Bank Syariah harus dapat menjaga kepercayaan yang diberikan umat dengan melayani dan beroperasi secara syariah, terutama pada pengelolaan dana haji pada produk tabungan haji. (Tarigan, 2017: 135-136)

Persaingan antar bank semakin ketat ditandai dengan berdirinya bank-bank syariah dengan sistem pemasaran produk yang beragam. Salah satunya yaitu produk tabungan haji yang ditawarkan oleh bank-bank syariah, dengan keunggulan yang berbeda yang menyebabkan semakin banyak persaingan antar bank yang menyediakan produk tabungan haji. Setiap bank harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk menarik minat nasabah dalam produk tabungan haji. (Saputra, 2017: 2)

Indonesia mayoritas masyarakatnya adalah muslim, sebagai umat muslim tentunya setiap individu memiliki keinginan untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah sebagai penyempurna ibadahnya. Diantara lima rukun Islam ibadah haji merupakan ibadah yang menempati posisi terakhir dan paling sulit dalam tingkat menjalankan serta keikhlasannya, karena dalam pelaksanaannya tidak sekedar menjalankan serta meminta pengorbanan fisik, melainkan juga materi. Oleh karenanya tidak semua orang muslim sanggup menunaikan baik secara materi maupun bekal kemantapan hati.

Setiap orang muslim di dunia ini belum tentu mempunyai kemampuan dalam hal materi, ada orang muslim yang mampu untuk dapat langsung menunaikan ibadah haji dan umrah ada pula yang keinginan tersebut masih angan-angan karena kendala dalam hal materi. Materi merupakan kendala utama dalam mewujudkan keinginan untuk menunaikan rukun Islam yang ke-lima tersebut. Akan tetapi ada solusi agar orang muslim dapat mewujudkan keinginannya untuk menunaikan ibadah haji dan umrah dengan cara menabung di Bank Syariah yang dapat dipercaya, akan tetapi minimnya

pengetahuan masyarakat tentang peranan Bank Syariah tersebut tidak banyak orang yang mengetahui bahwa ada cara yang mudah untuk dapat menunaikan ibadah haji dan umrah. Oleh karena itu, pihak bank yang bersangkutan yang harus memberikan pemahaman tentang peranan Bank Syariah dalam bidang penghimpunan dana, menyalurkan dana serta dalam bidang jasa. (Febriana, 2019: 2-3)

Ibadah haji termasuk ibadah yang membutuhkan biaya yang relatif tinggi terutama untuk umat muslim di Indonesia. Untuk mendapatkan porsi haji calon jamaah harus membayar biaya perjalanan ibadah haji (BPIH). Respon baik tersebut, diambil oleh perbankan syariah memenuhi kebutuhan masyarakat dan memaksimalkan pengelolaan dana pihak ketiga, sehingga memberikan kesejahteraan kepada nasabah dan Bank Syariah sendiri.

Salah satu Bank Syariah di Indonesia adalah Bank syariah mandiri, khususnya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar. Bank Syariah Mandiri memiliki banyak produk tabungan. Salah satu tabungan yang banyak diminati masyarakat khususnya umat Islam adalah Tabungan Mabrur yang biasa dikenal dengan tabungan haji dan umrah. Tabungan haji pada bank Syariah Mandiri mulai diluncurkan sejak tahun 2000 yang sebelumnya ada dana talangan haji pada tahun 2009, dan pada pertengahan tahun 2014 dana talangan haji tidak berlaku lagi hanya Tabungan Mabrur yang dibolehkan yang mana tabungan ini memang berdasarkan kemampuan nasabah dalam menabung sehingga bisa mengumpulkan biaya hajinya sendiri. (Lusi Firdaus, wawancara, 03 januari 2020)

Tabungan Mabrur merupakan simpanan yang khusus dimanfaatkan untuk pelaksanaan ibadah haji. Sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang produk tabungan yang dibenarkan atau diperbolehkan secara syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah (Anshori, 2018: 90). Tabungan Mabrur adalah tabungan khusus yang digunakan untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah, tabungan ini hanya menggunakan dalam mata uang rupiah. Jadi sesuai dengan tujuan dibukanya tabungan ini, tabungan ini hanya bisa digunakan

untuk tujuan ibadah haji ataupun umrah sesuai dengan akad pas awal pembukaan tabungan itu. Akad yang di gunakan untuk Tabungan Mabruur ini adalah akad *Mudharabah Muthlaqah*. Oleh karena itu, karena tabungan ini khusus untuk ibadah haji ataupun umrah, maka dalam perjalanannya, tabungan ini tidak dapat di tarik sewaktu-waktu seperti jenis tabungan yang lain. Akan tetapi tabungan ini bisa ditutup karena batal atas permintaan nasabah. (www.syariahamandiri.co.id)

Dari observasi awal yang dilakukan penulis menemukan data terkait jumlah nasabah Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Jumlah nasabah Tabungan Mabruur dari tahun 2016-2019

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase kenaikan
2016	117	-
2017	166	41,9%
2018	198	19,3%
2019	205	3,5%

Sumber: data dari Bank Syariah Mandiri Batusangkar

Berdasarkan data di atas jumlah nasabah Tabungan Mabruur dari tahun 2016-2019 selalu mengalami kenaikan. Dilihat dari persentase yang paling tinggi peningkatannya adalah pada tahun 2017 yaitu 41,9% dan paling rendah pada tahun 2019 yakni 3,5%. Jika dilihat dari data tersebut jumlah nasabah Tabungan Mabruur terus mengalami peningkatan jumlah nasabah tiap tahunnya, ini menunjukkan bahwa Tabungan Mabruur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar merupakan salah satu produk tabungan yang juga diminati oleh nasabah, hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah nasabah tiap tahunnya mulai dari tahun 2016- 2019 seperti yang telah tertera pada tabel 1.1 di atas sehingga penulis ingin mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan pada bank tersebut diantara ketatnya persaingan antara bank saat ini yang menyebabkan nasabah Tabungan Mabruur mengalami peningkatan tiap tahunnya. Karena strategi pemasaran adalah rencana pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui

pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran bersangkutan. Strategi pemasaran juga dipandang sebagai rencana untuk memaksimalkan peluang meraih bisnis yang ditargetkan melalui pengelolaan faktor-faktor yang dapat dikendalikan perusahaan, seperti desain produk, periklanan, pengendalian biaya dan pengetahuan pasar.

Berdasarkan latar belakang yang telah paparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang *“Strategi Pengelolaan Tabungan Mabru Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar”*.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan, maka fokus penelitian penulis yaitu tentang Strategi Pengelolaan Tabungan Mabru di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

C. Sub Fokus

Berdasarkan latar belakang masalah dan fokus penelitian diatas, maka sub fokusnya yaitu:

1. Bagaimana Strategi Pemasaran Tabungan Mabru Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar?
2. Bagaimana Prosedur Pelaksanaan Tabungan Mabru Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Strategi Pemasaran Tabungan Mabru Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.
2. Untuk Mengetahui Prosedur Pelaksanaan Tabungan Mabru Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

E. Manfaat dan Luaran penelitian

1. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran kepada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.
- b. Meningkatkan pengetahuan penulis dan pembaca mengenai strategi pengelolaan Tabungan Mabrur Bank Syariah Mandiri.

2. Luaran Penelitian

Berhubungan dengan target yang ingin dicapai dari temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi pustaka dan diterbitkan di jurnal ilmiah.

F. Defenisi Operasional

Ada beberapa istilah pokok yang digunakan dalam penelitian ini dan perlu diberi penjelasan, hal ini dilakukan dengan maksud agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul ini.

Strategi Pengelolaan, Strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut (Assauri, 2013: 3). Sedangkan Pengelolaan adalah penyelenggaraan atau pengurusan agar suatu yang dikelola dapat berjalan dengan lancar, efektif dan efisien (saifuddin, 2014: 54). Jadi Strategi pengelolaan adalah pola atau siasat yang menggambarkan langkah-langkah yang digunakan dalam mengelola sehingga tercapai tujuan yang diinginkan. Strategi pengelolaan yang penulis maksud adalah strategi pengelolaan yang digunakan Bank Syariah Mandiri.

Tabungan Mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah. (www.syariahamandiri.co.id). Tabungan Mabrur yang penulis maksud disini adalah Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Batusangkar.

Jadi strategi pengelolaan Tabungan Mabrur adalah cara yang dilakukan Bank Syariah Mandiri dalam mengelola Tabungan Mabrur dalam rangka mencapai tujuan/target yang diinginkan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*strategos*” (*stratus* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti, “*generalis*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz, yang menyatakan bahwa strategi merupakan seni pertempuran untuk memenangkan perang. Strategi secara umum didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Strategi saat ini sudah menjadi perbincangan yang sangat umum dan didefinisikan sedemikian rupa untuk satu kepentingan perusahaan ataupun organisasi guna mencapai tujuan. Makna yang terkandung dalam strategi adalah sekumpulan tindakan yang dirancang untuk menyesuaikan antara kompetisi perusahaan dan tuntutan eksternal pada satu industri. Keharusan menyusun strategi untuk mencapai tujuan perusahaan, baik pada jangka menengah maupun jangka panjang. Strategi akan menjamin perusahaan dapat bertahan atau berkembang pada masa mendatang (Hamali, 2016: 16-17)

Kenneth R. Andrews menyatakan bahwa strategi perusahaan adalah pola keputusan dalam perusahaan yang menentukan dan mengungkapkan sasaran, maksud atau tujuan yang menghasilkan kebijaksanaan utama dan merencanakan untuk pencapaian tujuan serta merinci jangkauan bisnis yang akan dikejar oleh perusahaan. (Alma, 2014: 199)

Menurut Candler (1962), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter (1985) strategi adalah alat yang sangat penting untuk

mencapai keunggulan bersaing. Menurut Stephanie K. Marrus, strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Selain itu ada juga definisi yang lebih khusus, misalnya dua pakar strategi, Hamel dan Prahalad (1995), yang mengangkat kompetensi inti sebagai hal penting. Mereka berdua mendefinisikan strategi yang terjemahannya sebagai berikut:

“Strategi merupakan tindakan yang bersifat Incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan. Dengan demikian, strategi selalu dimulai dari apa yang terjadi. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.” (Umar, 2010: 16-17)

Bila dikaitkan dengan lingkungan masa depan agar perusahaan yang dipimpinnya tetap eksis, bertahan dan memenangkan persaingan sang manajer harus berfikir yang sifatnya jangka panjang, seperti visi, misi, dan tujuan, serta dapat melahirkan keputusan-keputusan strategi. Keputusan *strategi* yang dimaksud setidaknya memiliki ciri-ciri yaitu jarang dibuat, penting (signifikan), dan berdampak luas. Artinya bahwa keputusan tersebut memiliki implikasi luas pada organisasi, karena itu tidak bisa diambil secara sesering mungkin, serta keputusan strategi itu harus penting (signifikan), dan berdampak luas bagi keputusan berikutnya. (Suhardi, 2018: 86)

Dari gambaran diatas dapat dinyatakan bahwa strategi merupakan suatu pernyataan yang mengarahkan bagaimana masing-masing individu dapat bekerja sama dalam suatu organisasi, dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran organisasi tersebut. Dengan penekanan kerja sama itu,

maka strategi haruslah dapat menggambarkan arah keputusan yang tepat atau cocok, dan hal penting sebagai dasar arah pencapaian suatu maksud dan tujuan organisasi. Strategi yang dijalankan suatu organisasi adalah sekumpulan komitmen atas tindakan atau aksi yang terintegrasi dan terkoordinasi, untuk mengusahakan atau mengolah kompetensi dan sekaligus guna mendapatkan keunggulan bersaing organisasi. Strategi diarahkan dan dialamatkan, bagaimana organisasi itu berupaya memanfaatkan atau mengusahakan agar dapat mempengaruhi lingkungannya, serta memilih upaya pengorganisasian internal.

2. Unsur-Unsur Strategi

Strategi merupakan pasar pengintegrasian konsep yang berorientasi secara eksternal, tentang bagaimana upaya kita lakukan agar dapat menjadi dasar bagi pencapaian tujuan dan sasaran organisasi. Walaupun pada dasarnya pemikiran strategis dilakukan secara berulang-ulang dalam lingkaran para pemikir, tetapi hal tersebut tidaklah merupakan suatu proses yang terangkai. Bila suatu organisasi mempunyai suatu strategi maka strategi itu harus mempunyai lima unsur, dimana masing-masing unsur menjawab masing-masing pertanyaan tersebut:

- a. Dimana organisasi selalu aktif dalam menjalankan aktivitasnya. Unsur ini dikenal sebagai gelanggang aktivitas atau arena.
- b. Bagaimana kita dapat mencapai arena, yaitu penggunaan sarana kendaraan atau *vehicles*.
- c. Bagaimana kita dapat menang di pasar. Hal ini merupakan pembeda.
- d. Apa langkah atau tahap, serta urutan pengerjaan kegiatan, serta kecepatannya.
- e. Bagaimana hasil akan dicapai, dengan logika ekonomi.

Dalam hal ini masukan untuk pemikiran strategic adalah analisis strategi untuk menekankan pandangan atau perhatian kita pada input, yaitu komposisi dan rancangan strategi itu sendiri, meliputi:

- a. Gelanggang aktivitas atau arena merupakan area (produk, jasa, saluran distribusi, pasar geografis, dan lainnya) dimana organisasi beroperasi. Unsur arena tersebut seharusnya tidaklah bersifat luas cakupannya atau terlalu umum, akan tetapi perlu lebih spesifik, seperti kategori produk yang ditekuni, segmen pasar, area geografis dan teknologi utama yang dikembangkan, yang merupakan tahap penambahan nilai dari skema rantai nilai, meliputi perancangan produk, manufaktur, jasa pelayanan, distribusi dan penjualan.
- b. Sarana kendaraan (*vehicles*) yang digunakan untuk dapat mencapai arena sasaran. Dalam penggunaan sarana ini, perlu dipertimbangkan besarnya risiko kegagalan dari penggunaan sarana. Risiko tersebut dapat berupatertambatnya masuk pasar atas besarnya biaya yang sebenarnya tidak dibutuhkan atau tidak penting, serta kemungkinan risiko gagal secara total.
- c. Pembeda yang dibuat adalah unsur yang bersifat spesifik dari strategi yang ditetapkan seperti bagaimana organisasi akan dapat menang atau unggul di pasar, yaitu bagaimanapun organisasi akan mendapat pelanggan secara luas. Dalam dunia persaingan, kemenangan adalah hasil dari pembedaan yang diperoleh dari fitur atau atribut dari suatu produk atau jasa suatu organisasi, yaitu berupa citra, kustomisasi, unggul secara teknis, harga, mutu atau kualitas dan reabilitas, yang semuanya dapat membantu dalam persaingan.
- d. Tahapan rencana yang dilalui, merupakan penetapan waktu dan langkah dari pergerakan strategi. Walaupun substansi dari suatu strategi mencakup arena, sarana, dan pembeda, tetapi keputusan yang menjadi unsur keempat, yaitu penetapan tahapan rencana, belum dicakup.
- e. Pemikiran yang ekonomis, merupakan gagasan yang jelas tentang bagaimana manfaat atau keuntungan yang akan dihasilkan. Strategi yang berhasil, tentunya mempunyai dasar pemikiran yang ekonomis, sebagai tumpuan untuk penciptaan keuntungan yang akan dihasilkan. (Assauri, 2013: 7)

3. Level Strategi

Strategi dalam manajemen strategi itu memiliki beberapa level (tingkatan-tingkatan). Level (tingkatan) ini ada hubungannya dengan skala/ruang lingkup yang ada dalam suatu perusahaan/organisasi, yaitu:

a. Level Korporat

Strategi level korporat adalah strategi yang dirumuskan oleh kantor pusat, untuk mengendalikan perusahaan yang memiliki beberapa anak perusahaan, seperti perusahaan induk (*holding company*) memiliki beberapa unit/lini bisnis (*multi line corporations*).

b. Level Bisnis

Strategi level bisnis adalah strategi yang dirumuskan dan diimplementasikan oleh unit bisnis (usaha-usaha bisnis yang ada).

c. Level Fungsional

Strategi level fungsional adalah strategi fungsi dari masing-masing divisi/bagian, seperti keuangan, pemasaran, operasi, sumber daya manusia. (Suhardi, 2018: 86-87)

4. Penyusunan Strategi

Penyusunan strategi adalah individu yang paling bertanggung jawab untuk kesuksesan atau kegagalan organisasi. Penyusunan strategi memiliki banyak titel pekerjaan, seperti *chief executive, officer, president, pemilik, chair of the board, director*, konselor atau pengusaha. Jay Conger, professor perilaku organisasi di *London Business School* dan penulis *Business Leaders*, mengatakan “para penyusun strategi harus menjadi pejabat (*Chief learning officers*). Kita ada di periode perubahan. Jika pemimpin kita tidak cepat beradaptasi dan menjadi model yang baik selama periode ini, perusahaan pun tidak cepat beradaptasi dan menjadi model yang baik selama periode ini, perusahaan pun tidak akan dapat beradaptasi karena yang paling utama, kepemimpinan adalah tentang menjadi panutan.

Para penyusun strategi membantu organisasi memperoleh, menganalisis, dan mengelola informasi. Mereka menelusuri industry dan tren kompetitif, mengembangkan model prediksi dan analisis scenario, mengevaluasi kinerja divisi dan perusahaan, menandai kesempatan untuk memasuki pasar, mengidentifikasi ancaman bisnis, dan mengembangkan rencana tindakan kreatif. Perencana strategic biasanya didukung oleh peranan starf. Bisa ditemukan di level manajemen yang lebih tinggi, mereka umumnya memiliki otoritas yang dapat dipertimbangkan dalam membuat keputusan di perusahaan. (David, 2017: 8)

5. Fungsi Strategi

Terdapat enam fungsi yang harus dilakukan secara simultan, yaitu:

- a. Mengkomunikasikan suatu maksud (visi) yang ingin dicapai kepada orang lain.
- b. Menghubungkan atau mengaitkan kekuatan atau keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungannya.
- c. Memanfaatkan atau mengeksploitasi keberhasilan dan kesuksesan yang didapat sekarang, sekaligus menyelidiki adanya peluang-peluang baru.
- d. Menghasilkan dan membangkitkan sumber-sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- e. Mengkoordinasikan dan membangkitkan sumber daya yang lebih banyak dari yang digunakan sekarang.
- f. Menanggapi serta bereaksi atas keadaan yang baru yang dihadapi sepanjang waktu.

Pola fungsi dari strategi harus dijalankan dengan mengikuti pemahaman kondisi baru yang akan dihadapi, serta menilai implikasinya terhadap banyak tindakan. Semua hal tersebut harus diperhatikan secara menyeluruh dan dinilai secara satu kesatuan atas suatu strategi yang diambil atau ditetapkan. (Assauri, 2013: 7)

6. Strategi Bisnis

Bisnis atau usaha sering diartikan sebagai aktivitas yang dapat memberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan atau pendapatan, melalui transaksi. Umumnya kita dapat terlepas dari kegiatan bisnis, karena kehidupan kita selalu terkait dengan bidang bisnis. Bidang bisnis inilah yang memberikan lapangan pekerjaan bagi kehidupan. Pada dewasa kegiatan bisnis yang terdapat semakin kompleks dan kegiatan ini umumnya dilakukan oleh suatu badan usaha atau perusahaan.

Kegiatan bisnis tidak hanya mencakup perdagangan, tetapi semua aktivitas yang dapat memberikan hasil pendapatan atau penerimaan bagi seseorang atau kelompok orang dan perusahaan. Kegiatan atau aktivitas bisnis yang dijalankan perusahaan, merupakan bidang atau lapangan usaha, dimana perusahaan bergerak melakukan usaha pertanian, perikanan, dan peternakan, bidang usaha industry manufaktur dan bidang jasa.

Suatu perusahaan dapat bergerak dalam suatu bidang usaha, dalam ini dikenal sebagai perusahaan bisnis tunggal, yang biasanya berada dalam bisnis intinya. Perusahaan dapat pula memperluas bidang usahanya, dengan tidak bergerak hanya pada satu bidang bisnis, tetapi telah merambah kedalam bisnis lain. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, sebuah organisasi menetapkan strategi yang digunakan sebagai arahan bagaimana organisasi itu bertindak agar tujuan organisasi dapat dicapai. Strategi yang di tetapkan tersebut dinamakan strategi bisnis, yaitu strategi yang dirumuskan dan dijalankan untuk mencapai tujuan bisnis yang diharapkan oleh suatu perusahaan.

Tujuan bisnis perusahaan, umumnya adalah untuk dapat berperan secara dominan dalam posisi persaingan perusahaan di pasar. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mampu meningkatkan keunggulan bersaingnya. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan keputusan untuk mengarahkan agar perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan posisi bersaingnya, dengan terus berupaya melakukan

perbaikan efisiensi, dan mengembangkan teknologi yang digunakan dalam produksi agar dapat dicapai biaya rendah dan harga murah.

Keberhasilan suatu perusahaan mempertahankan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dapat dicapai hanya karena dua pendekatan strategi, yaitu: pertama, dengan strategi bisnis yang mempertahankan keunggulan bersaingnya, kepuasan pelanggan dan tingkat loyalitas pelanggan. Kedua, dengan mengembangkan program pemasaran yang kreatif dan fleksibel, guna mempercepat dan mengejar peluang dan terus terjadi, karena dipengaruhi oleh teknologi dan sosial, sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan selalu berubah, karenanya untuk menjaga kelangsungan usaha dibutuhkan upaya inovasi dalam bentuk strategi kreatif dan fleksibel. (Assauri, 2013: 20)

7. Implementasi Strategi

Implementasi strategi terdiri dari:

a. Sistem Pengendalian Manajemen

Sistem pengendalian manajemen merupakan alat untuk mengimplementasikan strategi. Tiap organisasi memiliki strategi yang berbeda-beda, dan pengendalian harus disesuaikan dengan syarat strategi spesifik. Strategi yang berbeda memerlukan prioritas tugas berbeda, faktor penentu keberhasilan berbeda, keterampilan, perspektif, dan perilaku yang berbeda pula.

b. Tujuan Organisasi atau Perusahaan

Tujuan organisasi atau perusahaan ditentukan oleh pimpinan manajemen puncak perusahaan bersangkutan, dengan mempertimbangkan nasihat yang diberikan manajer, senior lainnya, dan diratifikasi oleh dewan direksi. Tujuan perusahaan dirancang oleh para pendirinya serta berlaku untuk generasi selanjutnya. (Hamali, 2016: 20)

B. Pengelolaan

1. Pengertian pengelolaan

Pengelolaan adalah penyelenggaraan atau pengurusan agar suatu yang dikelola dapat berjalan dengan lancar, efektif dan efisien. (Saifuddin, 2014: 54).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengelolaan berasal dari kata “kelola” yaitu mengendalikan, menyelenggarakan, dan mengurus.

Pengelolaan adalah diartinya sebagai suatu rangkaian pekerjaan atau usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian kerja dalam mencapai tujuan tertentu.

Defenisi pengelolaan oleh para ahli terdapat perbedaan-perbedaan, hal ini disebabkan karena para ahli meninjau pengertian dari sudut yang berbeda-beda. Ada yang meninjau pengelolaan dari segi fungsi, benda, kelembagaan dan meninjau pengelolaan sebagai suatu kesatuan. Namun jika dipelajari pada prinsipnya defenisi-defenisi tersebut mengandung pengertian dan tujuan sama.

Berikut ini adalah pendapat dari beberapa ahli yakni menurut Wardoyo memberikan defenisi sebagai berikut pengelolaan adalah suatu rangkai kegiatan yang berintikan perencanaan, pengorganisasian pergerakan dan pengawasan dalam mencapai tujuan yang telah diterapkan sebelumnya.

Menurut Harsoyo pengelolaan adalah suatu istilah yang berasal dari kata “kelola” mengandung arti serangkaian usaha yang bertujuan untuk menggali dan memanfaatkan segal potensi yang dimiliki secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan tertentu yang telah direncanakan sebelumnya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pengelolaan adalah suatu rangkaian kegiatan yang berisikan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan yang bertujuan menggali dan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki secara efektif untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan.

2. Bentuk pengelolaan

a. Promosi

Sebelum melakukan pengelolaan maka akan dilakukan sosialisasi melalui promosi yang akan membuat masyarakat tertarik dengan suatu produk maka akan dilakukan promosi terlebih dahulu dan disosialisasikan kepada masyarakat tentang keunggulan-keunggulan yang membuat nasabah tertarik kemudian baru dilakukan penghimpunan setelahnya.

b. Fundraising/Penghimpunan

Penghimpunan dana dalam kamus Indonesia-Inggris adalah Fundraising, sedangkan orang yang mengumpulkan dana disebut *Fand- Raiser*. Sedangkan dalam kamus besar bahasa Indonesia, yang dimaksud dengan penghimpunan adalah proses, cara, perbuatan mengumpulkan, penghimpunan, pengerahan.

Fundrasing dapat diartikan sebagai kegiatan menghimpun dan dari masyarakat dan sumber daya lainnya dari masyarakat (baik individu, kelompok, organisasi, perusahaan ataupun pemerintah) yang akan digunakan untuk membiayai program dan kegiatan operasional. Lembaga yang pada akhirnya adalah untuk mencapai misi dan tujuan dari lembaga tersebut. Dan juga Fundrasing adalah suatu kegiatan pengalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Fundrasing adalah suatu kegiatan penggalangan dana dari individu, organisasi, maupun badan hukum. Fundrasing juga merupakan proses mempengaruhi masyarakat.

c. Pendayagunaan

Pendayagunaan berasal dari kata “guna” yang berarti manfaat, adapun pengertian pendayagunaan sendiri menurut kamus besar bahasa Indonesia:

1. Pengusaha agar mampu mendatangkan hasil dan manfaat
2. Pengusaha (tenaga dan sebagainya) agar mampu menjalankan tugas dengan baik.

Maka dapat disimpulkan bahwa pendayagunaan adalah bagaimana cara atau usaha dalam mendatangkan hasil dan manfaat yang lebih besar serta lebih baik. (Mukti, 2018: 42-45)

C. Pemasaran

1. Pengertian pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen. (Shinta, 2011: 1)

Definisi pemasaran menurut Philip Kotler adalah proses dimana seseorang atau kelompok dapat memenuhi *need* dan *want* melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran barang dan jasa.

Sedangkan menurut Maynard and Beckman dalam bukunya *principles of marketing* menyatakan bahwa pemasaran adalah segala usaha yang meliputi penyaluran barang dan jasa dari sektor produksi ke sektor konsumsi (Alma, 2014 : 1).

Pemasaran itu sendiri merupakan suatu proses kegiatan yang menyangkut menawarkan, menyampaikan dan mempertukarkan produk/jasa dari produsen kepada konsumen serta mendapatkan apa yang mereka butuhkan/inginkan. Tetapi jika mengacu pada *American Marketing Association*, pemasaran itu adalah pelaksanaan dunia usaha yang mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen atau pihak pemakai. Sedang menurut William J. Stanton (2001), pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Suhardi, 2018:275)

Jadi pemasaran dapat dikatakan sebagai usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana strategi yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba.

2. Peranan Pemasaran

Hampir semua organisasi/perusahaan yang beroperasi, baik berorientasi *profit* ataupun *non profit* adalah berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kemampuan perusahaan menentukan 'siapa' yang menjadi konsumen produk/jasanya akan menjadi satu kunci keberhasilan perusahaan. Peran pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk/jasa sampai ke tangan konsumen, akan tetapi lebih dari itu, dia dapat juga memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan sehingga dapat menarik pelanggan. Secara spesifik peranan pemasaran tersebut sebagai berikut:

- a. Merubah (*Conversional Marketing*): seorang pemasar dapat berperan merubah sikap orang-orang yang semula tidak menyukai, tidak berminat sesuatu produk/jasa, berubah menjadi menyukai dan berminat.
- b. Mendorong (*Stimulation Marketing*): pemasar dapat berperan sebagai pendorong/merangsang kebutuhan orang-orang yang semula tidak mengetahui suatu produk/jasa, terdorong/terangsang menjadi tahu.
- c. Mengaktifkan kembali (*Remarketing*): konsumen yang telah menurun minatnya bahkan ada yang telah berpindah ke produk/jasa lain, dapat diaktifkan kembali dengan peran serta seorang pemasar sehingga konsumen tersebut dapat mempergunakan kembali jasa/membeli kembali produknya.
- d. Merintang (*Counter Marketing*): dengan peran pemasaran pula, dapat merintang/menghalangi permintaan atau keinginan orang pada produk/jasa lainnya.

- e. Menyelaraskan (*synchronmarketing*): pemasaran dapat pula berperan sebagai penyalarsan antara pola permintaann dapat selaras dengan pola penawaran, sehingga produksi tidak terlalu over jika diketahui permintaan sudah berkurang.
- f. Mengembangkan (*Developmental Marketing*): pemasaran adalah ujung tombak perusahaan, karena dia berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Karenanya apa-apa yang menjadi kebutuhan konsumen, pemasar dapat mengetahui lebih dulu, dan menyarankan kepada atasannya untuk segera dilakukan pengembangan prouk baru.
- g. Memelihara (*Maintenance*): peran pemasaran pula untuk memelihara para langganannya apakah dengan memberi ucapan selamat ulang tahun, menelepon/menanyakan kabar, dan sebagainya, apa lagi dia bekerja sebagai perusahaan jasa seperti perusahaan jasa asuransi, nasabah rawatnya harus dapat dipelihara dengan baik. (Suhardi, 2018: 277-278)

3. Fungsi Pemasaran

Kita mengenal dalam suatu perusahaan terdapat banyak fungsi dalam rangka menjalankan kegiatan usaha. Fungsi-fungsi tersebut saling mendukung antara satu sama lainnya dan tidak berjalan sendiri-sendiri. Paling tidak secara garis besar ada empat fungsi yang paling berperan dan paling dominan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Masing-masing fungsi tersebut adalah pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, (kepegawaian), dan produksi.

Sebagai orang pemasaran tentu menganggap bahwa fungsi pemasaran yang paling penting dalam suatu perusahaan. Anggapan mereka bahwa tanpa fungsi perusahaan tidak akan berjalan sebagaimana yang diinginkan. Produk tidak akan dikenal oleh konsumen, bahkan akan sulit untuk laku dijual dan bersaing dengan perusahaan lainnya.

Paling tidak ada lima anggapan pentingnya fungsi pemasaran jika dibandingkan dengan fungsi lainnya yang ada dalam suatu perusahaan:

a. Pemasaran sebagai fungsi yang sama

Maksud pemasaran sebagai fungsi yang sama adalah fungsi pemasaran sama besarnya dengan fungsi keuangan, produksi, kepegawaian, dan sumber daya manusia. Dengan kata lain, masing-masing fungsi memiliki kesetaraan dengan yang lain.

b. Pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting

Maksud pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting adalah bahwa fungsi pemasaran memiliki peran yang paling besar dari fungsi keuangan, produksi, kepegawaian, dan sumber daya manusia.

c. Pemasaran sebagai fungsi utama

Pemasaran sebagai fungsi utama artinya pemasaran dipusatkan sebagai sentral dari kegiatan fungsi lainnya, atau dengan kata lain fungsi pemasaran sebagai inti kegiatan perusahaan.

d. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian

Pelanggan sebagai fungsi pengendalian artinya bahwa masing-masing fungsi memiliki peran yang sama tapi dikendalikan oleh pelanggan.

e. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi integratif

Maksud pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi integratif adalah pemasaran sebagai pusat integratif fungsi keuangan, produksi, dan sumber daya manusia, sedangkan pelanggan sebagai fungsi pengendalian. (Kasmir, 2018: 75-76)

4. Strategi Pemasaran Bank

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan. Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan

dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu bank (Assauri, 2010 : 168).

Strategi pemasaran adalah rencana pemasaran untuk menentukan pasar dan konsep bauran pemasaran sebagaimana yang dikatakan E. J. McCarthy dan S. J. Saphiro: *marketing strategy is a target market and a related marketing mix* (strategi pemasaran adalah pasar sasaran dan yang berhubungan dengan bauran pemasaran). Dari pendapat McCarthy dan Shapiro tersebut, ada dua bagian yang berhubungan dengan strategi pemasaran tersebut yaitu pasar sasaran dan bauran pemasaran.

a. Pasar Sasaran

Tugas manajemen pemasaran tidak hanya sekedar menjual produk/jasa perusahaan sebanyak mungkin, tetapi hendaknya dapat diiringi dengan pelayanan yang baik dan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan jangka panjang. Inti dari pasar sasaran ini terdiri dari tiga langkah pokok, yaitu *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning*.

- 1) Langkah pertama segmentasi pasar, yakni dapat mengidentifikasi dengan membagi atau mengelompok pasar secara terpisah-pisah/beberapa segmen.
- 2) Langkah kedua *Targeting*, yakni tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki/dilayani (target pasar).
- 3) Langkah ketiga, *Positioning*, yakni tindakan membangun dan mengkomunikasikan manfaat produk agar dapat masuk dalam benak konsumen.

b. Bauran Pemasaran

Strategi yang kedua adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran (*marketing mix*) ini dapat dikatakan sebagai alat

pemasaran taktis yang dapat dikendalikan oleh perusahaan, untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran terhadap tanggapan konsumen. Sebagaimana pendapat Kotler: *marketing mix* adalah serangkaian variabel yang dapat dikontrol dan tingkat variabel yang digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pasaran yang menjadi sasaran. Variabel yang dimaksud Kotler adalah *the four is of marketing: product, price, promotion, and place* disingkat 4P.

1) Produk (*Product*)

Produk adalah merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan, tidak hanya sebatas wujud fisik saja, tetapi merupakan gambaran di mata masyarakat, yang dapat dilihat dari segi kualitas, model, merek, dan label serta kemasan. Jika produk yang ditawarkan tersebut dapat memuaskan keinginan konsumen, ini merupakan keberhasilan perusahaan, dan sebaliknya, jika produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka merupakan suatu kegagalan bagi perusahaan.

2) Harga (*Price*)

Harga adalah merupakan besaran (uang) yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang/jasa. Keputusan tentang harga mempunyai implikasi yang cukup luas bagi perusahaan ataupun bagi konsumen. Karena apabila harga terlalu tinggi, dapat menimbulkan (kemungkinan) menurunnya daya beli, sebaliknya apabila harga terlalu rendah, dapat memberatkan perusahaan pula dalam beroperasi dan akan memicu perang harga dari pesaing.

3) Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah merupakan aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk/jasa perusahaan kepada konsumen. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran

atas produk/jasanya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk/jasa yang ditawarkan. Dengan promosi, dapat mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk perusahaan, lalu memahaminya, berubah sikap menyukai, yakin, kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat pada produk tersebut.

Mengkomunikasikan kepada masyarakat (konsumen) dapat dilakukan dengan 4 (empat) variabel, yaitu:

- a) *Advertising* (periklanan): promosi dengan menggunakan penyajian pesan melalui tertulis, suara, atau visual yang non personal (tidak ditujukan pada seseorang) melalui jasa tertentu seperti koran, televisi, majalah, radio, internet, dan lain sebagainya.
- b) *Personal Selling*: komunikasi langsung kepada calon pembeli untuk memperkenalkan dan menjelaskan suatu produk, seperti petugas asuransi. Bentuk promosi ini cara yang sangat efektif untuk pemasaran hubungan, karena berhadapan langsung secara pribadi, keakraban dan tanggapan dari pembeli.
- c) *Public Relation*: promosi melalui publikasi berita-berita yang lebih terperinci lagi dari pada iklan, seperti melawan fitnah dan cerita bohong yang merugikan perusahaan.
- d) *Sales Promotion* (promosi penjualan): promosi yang dirancang untuk menghasilkan tindakan yang instan dan spesifik demi menarik pelanggan baru, mempengaruhi pelanggannya untuk mencoba produk baru, mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana sebelumnya atau mengupayakan kerjasama yang lebih erat dengan pengencer, seperti: beli satu dapat 3, *discont* 50+30, dan sebagainya.

4) Tempat (*Place*)

Tempat adalah merupakan lokasi keberadaan dari organisasi/perusahaan yang memproduksi suatu barang/jasa.

Berkenaan dengan tempat/lokasi perusahaan tersebut dalam memasarkan produk/jasanya, tidak semua perusahaan pula yang sanggup untuk melakukan pemasaran produk/jasanya secara langsung, karena untuk melakukan pemasaran secara langsung itu, memiliki konsekuensi dengan dana yang dikeluarkan, makanya perusahaan menggunakan saluran distribusi sebagai perantaranya. (Suhardi, 2018: 281-288)

D. Tabungan

1. Pengertian Tabungan

Tabungan (*saving deposit*) merupakan jenis simpanan yang sangat populer dilapisan masyarakat Indonesia mulai dari masyarakat kota sampai pedesaan. Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. (Ismail, 2010: 67)

Tujuan masyarakat menabung di bank antara lain:

- a. Nasabah merasa aman menyimpan tabungannya dalam bentuk uang di bank.
- b. Nasabah dapat menarik tabungannya dengan mudah karena bank memberikan kemudahan dalam hal penarikan, misalnya adanya mesin ATM yang tersebar dimana-mana, adanya ATM bersama yang memudahkan nasabah untuk menarik tabungannya di mesin ATM bank lain.
- c. Untuk penghematan, supaya seluruh penghasilannya tidak digunakan untuk belanja. (Ismail, 2010: 48)

Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM. Pengertian yang hampir sama dijumpai dalam Pasal 1 angka 21 Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan

Syariah yang menyebutkan bahwa *tabungan adalah simpanan yang berdasarkan akad Wadi'ah atau investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.*

Dengan demikian secara singkat dapat dikatakan bahwa dalam perbankan syariah memiliki dua macam produk tabungan yaitu tabungan *Wadi'ah* dan tabungan *mudharabah*. Perbedaan utama dengan tabungan di perbankan konvensional adalah tidak dikenalnya suku bunga tertentu yang diperjanjikan. Yang ada adalah nisbah atau presentase bagi hasil pada tabungan *mudharabah* dan bonus pada tabungan *Wadi'ah* (Anshori, 2009: 92-93).

2. Akad dalam tabungan

Akad yang digunakan dalam produk tabungan adalah akad berdasarkan prinsip *mudharabah* atau prinsip *wadia'ah* namun akad yang banyak digunakan oleh Bank Syariah untuk simpanan dalam bentuk tabungan ini adalah prinsip *mudharabah*. (Jajuli, 2015: 140)

a. *Wadi'ah*

Wadi'ah adalah sebagai titipan murni dari satu pihak penitip ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja penitip menghendaki (Syafi'i Antonio, 2001). Penitipan merupakan penyimpanan harta berdasarkan akad *wadi'ah* antara Bank Umum Syariah atau UUS yang bersangkutan tidak mempunyai hak kepemilikan atas harta tersebut.

Wadi'ah juga dapat diartikan memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga barang atau aset kita dengan sebaik-baiknya. Hukum menitipkan barang atau aset dan menerima barang atau aset adalah boleh (*jaiz*). Orang yang menerima titipan dianjurkan mengetahui bahwa dirinya mempunyai kemampuan (cakap hukum,

baligh dan berakal sehat) untuk memelihara barang titipan tersebut ditempat yang layak.

Landasan syariah tentang akad *wadiah* terdapat dalam Al-Quran dan Al-Hadist diantaranya adalah:

1) Al-Quran

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝٥٨﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat*”. (QS: An-Nisaa ayat 58)

2) Al- Hadist

“Abu Hurairah diriwayatkan bahwa Rasulullah saw bersabda, sampaikanlah kepada (tunaikanlah) amanat kepada yang berhak menerimanya dan jangan membalas khianat kepada orang yang telah menghianatimu”. (HR. Abu Dawud)

Akad dengan pola titipan (*wadiah*) dibagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1) Prinsip *Wadi'ah Yad Al-Amanah*

Wadi'ah Yad Al-Amanah adalah titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai aset atau uang yang dititip harus dijaga dengan seabik-baiknya dan dikembalikan kapan saja pemilik menghendakinya. Dengan prinsip prinsip ini pihak yang menerima simpanan tidak boleh menggunakan atau memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan melainkan hanya

menjaganya. Selain itu aset atau uang yang dititipkan tidak boleh dicampuradukkan dengan aset atau uang pihak lain.

2) Prinsip *Wadi'ah Yad Adh-Dhamanah*

Wadi'ah Yad Adh-Dhamanah merupakan titipan murni dari pihak penitip yang mempunyai aset atau uang kepada pihak penyimpan yang diberi amanah, aset atau uang yang dititip harus dijaga dengan sebaik-baiknya dan dikembalikan kapan saja pemilik menghendaki. Namun pada prinsip *wadi'ah yad adh-dhamanah* pihak perbankan syariah boleh menggunakan dan memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan. Artinya pihak perbankan syariah telah mendapatkan izin dari pihak penitip untuk menggunakan aset atau uang tersebut. Dengan prinsip ini perbankan syariah boleh mencampurkan aset atau uang milik penitip dengan tujuan untuk menjalankan operasional (penghimpunan dana, penyaluran dana dan jasa) perbankan syariah. Dana yang akan terkumpul akan digunakan untuk tujuan produktif mencari keuntungan. Manajemen perbankan syariah diperbolehkan memberikan bonus kepada penitip, dengan prinsip bonus tidak diperjanjikan diawal akad. (Ikit, 2015: 65-68)

Adapun rukun yang harus dipenuhi dalam transaksi dengan prinsip *wadi'ah* adalah:

- a) Barang yang dititipi
- b) Orang yang menitipi
- c) Orang yang menerima titipan
- d) Ijab Qobul. (Widyastuti, 2014: 59)

Islam tidak membatasi secara khusus objek yang bisa dititipi, sehingga hal yang dititipi tidak saja barang melainkan juga bisa uang. Penerima titipan dalam transaksi *wadi'ah* dapat meminta imbalan (ujrah) kepada penitip atas jasanya dalam menjaga barang atau uang titipan. Sebaliknya jika si penerima titipan, khususnya yang menggunakan akad *wadi'ah yad-dhamanah*

merasa mendapat manfaat atas sesuatu yang dititipi, maka si penerima titipan boleh memberikan bonus kepada penitip dari hasil pemanfaatannya dengan syarat bonus tersebut tidak dijanjikan sebelumnya dan besarnya bergantung kepada penerima titipan. Berdasarkan fatwa DSN tentang tabungan *wadi'ah*, baik giro *wadi'ah* sifatnya adalah titipan yang bisa diambil kapan pun oleh penitip tanpa adanya imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian atau bonus yang bersifat sukarela dari pihak bank.

Prinsip *wadi'ah* yang lazim digunakan dalam perbankan syariah adalah *wadi'ah yad-dhamanah* dan biasa disingkat dengan *wadi'ah*. Prinsip ini dapat diterapkan pada kegiatan penghimpunan dana berupa giro dan tabungan. Giro *wadi'ah* adalah titipan pihak ketiga pada Bank Syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, kartu *Automatic Teller Machine* (ATM), sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan cara pemindahbukuan. Adapun tabungan *wadi'ah* adalah titipan pihak ketiga pada Bank Syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati dengan menggunakan kuintansi, kartu ATM, saran perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindahbukuan. (Yaya, Martawireja, & Abdurahim: 56-57)

b. *Mudharabah*

Al-Mudharabah adalah akad kerja sama antara dua pihak, dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Apabila rugi maka akan ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si pengelola, maka si pengelolalah yang bertanggung jawab.

Dalam praktiknya *mudharabah* terbagi dalam 2 jenis yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*. Pengertian

mudharabah muthlaqah merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak lain yang cakupannya lebih luas. Maksudnya tidak dibatasi oleh waktu, spesifikasi usaha dan daerah bisnis. Sedangkan *mudharabah muqayyadah* merupakan kebalikan dari *mudharabah muthlaqah* dimana pihak dibatasi oleh waktu spesifikasi usaha dan daerah bisnis.

Dalam dunia perbankan *Al-Mudharabah* biasanya diaplikasikan pada produk pembiayaan atau pendanaan seperti, pembiayaan modal kerja. Dana untuk kegiatan *mudharabah* diambil dari simpanan tabungan berjangka seperti tabungan haji atau tabungan kurban. Dan juga dapat dilakukan dari deposito biasa dan deposito spesial yang dititipkan nasabah untuk usaha tertentu. (Kasmir, 2011: 222)

Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola dana (*mudharib*) dalam suatu kegiatan produktif. (Anshori, 2018: 87)

Secara singkat *mudharabah* atau penanaman modal adalah penyerahan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga ia mendapatkan persentase keuntungan (Ascarya, 2011: 60).

Rukun yang harus dipenuhi dalam transaksi dengan prinsip *mudharabah* adalah: *sahibul maal*, (pemilik dana/nasabah), *mudharib* (pengelola dana/pengusaha/bank), *amal* (usaha/pekerjaan) dan *Ijab Qabul*. (Widyastuti, 2014: 59)

1. Jenis-jenis Akad *Mudharabah*

Secara umum, *mudharabah* terbagi menjadi dua jenis: *mudharabah mutlaqah* dan *mudharabah muqayyadah*.

a) *Mudharabah Mutlaqah*

Mudharabah mutlaqah adalah akad dalam bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. (Isretno, 2011: 43)

Penerapan *mudharabah mutlaqah* dapat berupa tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis penghimpunan dana yaitu: tabungan *mudharabah*, dan deposito *mudharabah*. Berdasarkan prinsip ini tidak ada pembatasan bagi bank dalam menggunakan dana yang dihimpun. Ketentuan umum diantaranya:

- 1) Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberitahuan keuntungan dan atau pembagian keuntungan secara risiko yang dapat ditimbulkan dari penyimpanan dana, yang dicatumkan dalam *aqad*.
 - 2) Untuk tabungan *mudharabah*, bank dapat memberikan buku tabungan sebagai bukti penyimpanan. Untuk deposito *mudharabah*, bank wajib memberikan sertifikat atau tanda penyimpanan deposito kepada deposan.
 - 3) Tabungan *mudharabah* dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuatu dengan perjanjian disepakati, namun tidak diperkenankan mengalami saldo negatif.
 - 4) Deposito *mudharabah* hanya dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati. Deposito yang diperpanjang, setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti deposito baru, tetapi apabila pada akad sudah dicatumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu dibuat akad baru.
 - 5) Ketentuan-ketentuan yang lain yang berkaitan dengan deposito atau tabungan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan syariah. (Suwiknyo, 2016: 23-24)
- b) *Mudharabah muqayyadah*

Mudharabah muqayyadah atau disebut juga dengan istilah *restricted mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*. Si *mudharib* dibatasi dengan batasan jenis usaha,

waktu, atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam memasuki jenis dunia usaha.

2. Landasan Hukum Mudharabah

Secara umum, landasan dasar syariah *al-mudharabah* lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam ayat-ayat dan hadist berikut ini.

a. Landasan Al-Qur‘an

وَأٰخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْاَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللّٰهِ

Artinya: “....dan dari orang-orang yang berjalan dimuka bumi mencari sebagian karunia Allah SWT....” (Q.S. Al-Muzzammil:20) (Departemen Agama RI, 2012: 575)

Yang menjadi *wajhud-dilalah* atau argumen dari surat Al-Muzammil ayat 20 di atas adalah kata *yadribun* yang sama dengan akar kata *mudharabah* yang berarti melakukan suatu perjalanan usaha.

Disamping itu juga dapat kita baca dalam surat al-jumu‘ah ayat (10):

فَاِذَا قُضِيَتِ الصَّلٰوةُ فَانْتَشِرُوْا فِي الْاَرْضِ وَابْتَغُوْا مِنْ

فَضْلِ اللّٰهِ وَاذْكُرُوْا اللّٰهَ كَثِيْرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٠﴾

Artinya: “Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung”.

Dari kedua ayat Al-Quran di atas pada intinya adalah berisi dorongan bagi setiap manusia untuk melakukan perjalanan usaha. Dalam dunia modern seperti sekarang ini siapa saja, akan menjadi lebih mudah untuk melakukan investasi yang

benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, antara lain melalui mekanisme tabungan *mudharabah* ini.

b. Hadist

Ketentuan hukum dan hadis dapat kita jumpai dalam hadis yang diriwayatkan oleh thabrani yang artinya:

“Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika memberikan dana ke mitra usahanya secara mudharabah ia mensyaratkan agar dananya tidak dibawa mengarungi lautam, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. Disampaikan syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah SAW dan Rasulullahpun membolehkannya”.

Dari hadis di atas menunjukkan bahwa dalam *mudharabah* pihak *shahibul maal* yang menyediakan dana 100 % akan menanggung risiko kehilangan modal, sehingga pihak *mudharib* selaku pengelola dana harus benar hati-hati dan selalu melaksanakan akad *mudharabah* dengan penuh itikad baik. Sehingga apabila ia juga bertanggung jawab atas dana yang telah diberikan oleh *shahibul maal*. (Anshori, 2018: 88-89)

3. Tabungan Ongkos Naik haji (ONH)

Tabungan ONH diselenggarakan baik oleh Bank Konvensional maupun Bank Syariah. Pada Bank Konvensional tabungan ONH tidak diberikan bunga, namun jasa tabungan diberikan dalam bentuk lain misalnya bingkisan tertentu pada setiap bulan selama saldo tabungan masih mengendap. Sedangkan pada Bank Syariah, tabungan ONH mendapatkan bagi hasil. Biaya untuk membeli souvenir tertentu dibukukan sebagai biaya promosi. (Taswan, 2005: 103)

Pada dasarnya tabungan haji sama dengan tabungan, baik dalam hal cara pembukaan, penyetoran, penutupan rekening, perhitungan bunga dan sebagainya. Perbedaan satu-satunya hanya pada ketentuan bahwa

dengan pembukaan rekening tabungan haji, maka secara otomatis pemegang rekening telah terdaftar sebagai calon jemaah haji dan telah mendapatkan kursi kuota haji. (Bastian & Suharjo, 2006: 56)

E. Tabungan Mabror

1. Defenisi Tabungan Mabror

Tabungan adalah suatu bentuk investasi dengan menyisihkan sebagian pendapatan untuk masa depan. Sedangkan haji adalah bentuk ibadah dalam rangka mengunjungi baitullah dengan melaksanakan syarat dan rukun wajib haji. Maka tabungan haji adalah suatu simpanan perencanaan yang dilakukan perorangan yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji. Perencanaan itu dapat dilakukan dengan menginvestasikan uang kita secara berangsur-angsur ke lembaga keuangan (Bank Syariah) maupun bentuk investasi lainnya. Tabungan haji merupakan suatu bentuk pelayanan dari perbankan yang bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam merencanakan tabungan untuk berangkat haji. (Daulay, 2017: 118)

Tabungan haji adalah simpanan pihak ketiga yang penarikannya dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji, atau pada kondisi-kondisi tertentu sesuai dengan perjanjian nasabah. Tabungan Mabror BSM adalah tabungan khusus yang digunakan untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah, tabungan ini saat ini hanya menggunakan dalam mata uang rupiah. Jadi sesuai dengan tujuan dibukanya tabungan ini, tabungan ini hanya bisa digunakan untuk tujuan ibadah haji ataupun umrah sesuai dengan akad pas awal pembukaan tabungan itu. Akad yang di gunakan untuk Tabungan Mabror ini adalah akad *Mudharabah Muthlaqah*. Oleh karena itu, karena tabungan ini khusus untuk ibadah haji ataupun umrah, maka dalam perjalanannya, tabungan ini tidak dapat di tarik sewaktu-waktu seperti jenis tabungan yang lain. Akan tetapi tabungan ini bisa ditutup karena batal atas permintaan nasabah. Biaya untuk penutupan rekening sebesar Rp 25.000.

Jika saldo di tabungan nasabah sudah mencapai Rp 25.100.000 atau sesuai dengan ketentuan dari Kementerian Agama maka secara sistem akan di daftarkan ke SISKOHAT Kementerian Agama. (www.syariahmandiri.co.id)

2. Prosedur Tabungan

Apabila seseorang atau suatu badan usaha mengajukan permohonan untuk membuka rekening tabungan, khusus untuk tabungan dalam jumlah besar, maka bank perlu menyakini terlebih dahulu bahwa yang bersangkutan adalah benar-benar ingin menyimpan dananya di bank yang bersangkutan. Hal ini dimaksudkan agar likuiditas bank tersebut tidak terganggu oleh praktek-pratik yang dilakukan oleh bank lain atau lembaga keuangan lain yang penempatan kelebihan alat likuidnya di bank lawan dalam bentuk tabungan. Dalam pembukaan ini calon nasabah mengisi permohonan pembukaan rekening dan menyerahkan *fotocopy* identitas diri seperti (KTP, SIM, Pasport dan sebagainya) serta memberikan contoh tanda tangan pada KCTT (Kartu Contoh Tanda Tangan). KCTT ini dipergunakan sebagai alat kontrol apabila buku rekening tabungan hilang. Apabila seorang calon nasabah disetujui permohonan pembukaan rekening tabungannya, selanjutnya yang bersangkutan diminta untuk melakukan setoran pertama. Setoran pertama itu untuk masing-masing bank berbeda, dan pada umumnya bank menetapkan minimal setoran pertama sebesar Rp 500.000 untuk bank swasta dan Rp 150.000 sampai dengan Rp 200.000 untuk bank pemerintah, sedangkan untuk Bank Syariah penetapan jumlah setoran pertamanya lebih rendah yaitu Rp 50.000. Untuk setoran selanjutnya jumlah nominalnya diserahkan sepenuhnya kepada nasabah dalam kelipatan Rp 5.000. Selain adanya penetapan jumlah minimal setoran pertama dan minimal setoran, sebagai jaminan keberadaan dana bank juga menetapkan jumlah saldo minimal yang harus ada pada tiap-tiap rekening. Untuk saldo minimal, masing-masing bank mempunyai ketentuan sendiri

tentang besar nominalnya tetapi pada umumnya besarnya penetapan saldo minimal harus di atas biaya administrasi yang dibebankan oleh bank pada nasabah yang bersangkutan. (Bastian & Suharjono, 2006: 49-50)

a. Prosedur Pembukaan Tabungan

1) Syarat-syarat pembukaan

- a) Fotocopy identitas diri (SIM/KTP/Paspor) yang masih berlaku dan syah
- b) Mengisi formulir pembukaan tabungan
- c) Ada setoran awal

2) Prosedur Pembukaan Tabungan

- a) Jelaskan kepada calon penabung syarat-syarat umum tabungan (misalnya setoran awal, saldo minimum, maksimum frekuensi penarikan, minimum jumlah setoran dan lain sebagainya)
- b) Meminta calon penabung untuk mengisi dan menandatangani
 - 1) Permohonan pembukaan rekening tabungan
 - 2) Syarat-syarat umum tabungan
 - 3) Kartu tanda tangan (Speciment Tanda Tangan)
- c) Meminta kartu pengenalan/identitas calon penabung yang sah dan masih berlaku seperti KTP, SIM, atau Paspor
- d) Mencatat nomor serta tanggal dikeluarkannya pada formulir pembukaan rekening tabungan, kemudian fotocopy dan cocokkan tandatangannya dengan tanda tangan yang tertera di atas formulir/dokumen tabungan bubuhkan paraf mengenai kecocokkan tandatangan dan kebenaran dari dokumen tersebut setelah dibubuhi cap/stempel “sesuai dengan aslinya”.
- e) Lakukan pembukaan nomor rekening tabungan pada komputer.
- f) Periksa kembali dokumen-dokumen tersebut dan serahkan kepada pejabat bank yang berwenang untuk disetujui.
- g) Bubuhkan nomor dan nama pemegang dengan mempergunakan pensil.

- h) Meminta nasabah membubuhkan tanda tangan penabung pada tempat yang ada di buku tabungan.
- i) Periksa dan yakinkan bahwa tanda tangan penabung tersebut sama dengan yang tercantum dalam kartu identitas dan kartu Contoh Tanda Tangan (aplikasi pembukaan)
- j) Mintakan supervisor untuk mengotorisasi pembukaan rekening tabungan tersebut dan menandatangani buku tabungan sebagai pejabat bank yang akan diserahkan ke nasabah.
- k) Menyerahkan buku tabungan tersebut langsung kepada bagian kas untuk dicetak transaksi.
- l) Jenis transaksi bisa dilakukan berupa tunai, pemindahbukuan, kliring (setoran dengan warkat bank lain). (muhammad, 2000: 66-67)

Sedangkan Pembukaan Tabungan menurut Hasibuan (2017) adalah sebagai berikut:

- a. Calon nasabah menuliskan nama dan alamat pada aplikasi formulir permohonan untuk nasabah.
 - b. Calon nasabah menyerahkan fotocopi indentitas diri (KTP atau SIM).
 - c. Menyerahkan setoran awal minimal sesuai yang ditentukan bank.
 - d. Membuat contoh tanda tangan pada tempat yang ditentukan bank.
 - e. Membuat buku tabungan dengan menuliskan nama, alamat, nomor buku tabungan, dan jumlah tabungan.
 - f. Buku tabungan diserahkan kepada pemiliknya.
- b. Penyetoran Tabungan
- 1) Penyetoran dapat dilakukan siapa saja setiap hari kerja.
 - 2) Penyetoran dilakukan dengan slip setoran yang disetorkan, yaitu uang tunai, cek/bilyet giro kliring, transfer masuk, inkaso masuk, bunga deposito, dan lain-lain.
 - 3) Setiap menyetor, buku tabungan harus dibawa sehingga tabungan dapat dibukukan.

c. Penarikan Tabungan

- 1) Penarikan tabungan hanya dapat dilakukan oleh pemiliknya.
- 2) Maksimum penarikan sebesar saldo tabungan dikurangi saldo wajib.
- 3) Penarikan tabungan dilakukan dengan slip penarikan atau ATM Card.
- 4) Jika penarikan dilakukan dengan slip penarikan, buku tabungan harus dibawa.
- 5) Slip penarikan harus ditanda tangani pemilik serta memperlihatkan kartu identitas diri (KTP/SIM).
- 6) Jumlah penarikan harus dibukukan pada buku tabungan.

d. Alasan Penutupan Tabungan

- 1) Tabungan akan ditutup karna saldonya nol.
- 2) Tabungan akan ditutup atas permintaan pemiliknya.
- 3) Tabungan ditutup oleh bank karna saldo minimumnya kurang.
- 4) Tabungan ditutup karna pemiliknya meninggal dunia. (Hasibuan, 2017: 83-84)

e. Proses Penutupan Tabungan

Proses penutupan rekening yang dilakukan oleh petugas *Customer Service* pada umumnya mengikuti proses tahapan sebagai berikut:

- 1) Verifikasi nasabah dan pastikan kelengkapan dokumen yang diserahkan serta keabsahan kartu identitas
- 2) Isi *from* penutupan rekening sesuai kartu identitas
- 3) Minta nasabah memverifikasikan data penutupan rekening dan membutuhkan tanda tangan pada *from* penutupan rekening
- 4) Pastikan tanda tangan nasabah sama dengan bukti kepemilikan rekening, kartu identitas dan *form* penutupan
- 5) Minta persetujuan pejabat untuk penutupan rekening
- 6) Lakukan penutupan rekening pada sistem aplikasi penunjang
- 7) Bubuhkan tanda tangan/parah *form* penutupan rekening
- 8) Gunting bukti kepemilikan (buku tabungan/ATM)

- 9) Proses pencairan dana hasil penutupan rekening
- 10) Serahkan bukti kepemilikan kepada nasabah
- 11) File dokumen penutupan rekening.

Rekening nasabah yang meninggal dunia dapat ditutup oleh ahli waris nasabah yang bersangkutan apabila ahli waris tersebut dapat membuktikan dirinya sebagai ahli waris yang sah dengan melengkapi dokumen yang dipersyaratkan. (IBI, 2014: 152)

3. Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 02/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Tabungan.

Dewan syariah Nasional setelah:

Menimbang:

- a. Bahwa keperluan masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan dan dalam penyimpanan kekayaan, pada masa kini, memerlukan jasa perbankan; dan salah satu produk perbankan di bidang penghimpunan dana dari masyarakat adalah tabungan, yaitu simpanan dana yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu;
- b. Bahwa kegiatan tabungan tidak semuanya dapat dibenarkan oleh hukum Islam (syariah);
- c. Bahwa oleh karena itu, DSN memandang perlu menetapkan fatwa tentang bentuk-bentuk mu'amalah syar'iyah untuk dijadikan pedoman dalam pelaksanaan tabungan pada bank syariah.

Mengingat:

1. Firman Allah QS. An-Nisaa' (4): 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ...

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...”.

2. Firman Allah QS. Al-Baqarah (2): 283:

فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلِيَتَّقِ
 اللَّهُ رَبَّهُ ...

Artinya: “...maka, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya...”.

3. Firman Allah QS. Al-Mai'dah (5): 1:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ...

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu...”.

4. Firman Allah QS. Al-ma'idah (5): 2:

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ...

Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan”.

5. Hadis Nabi riwayat Ibnu Abbas:

“Abbas bin Abdul Muthalib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada mudharib-nya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (mudharib) harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas itu didengar Rasulullah, beliau membenarkannya” (HR. Thabrani dari Ibnu Abbas).

6. Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah:

“Nabi bersabda, ‘ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan jewawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.’” (HR. Ibnu Majah dari Shuhaib).

7. Hadis Nabi riwayat Tirmidzi:

“Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram” (HR. Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf).

8. Ijma.

Diriwayatkan, sejumlah sahabat menyerahkan (kepada orang, mudharib) harta anak yatim sebagai mudharabah dan tak ada seorangpun mengingkari mereka. Karenanya, hal itu dipandang sebagai ijma’ (Wahbah Zuhaili, *al-Islami wa Adillahu*, 1989, 4/838).

9. Qiyas.

Transaksi mudharabah diqiyaskan kepada transaksi musaqah.

10. Kaidah fiqh:

“Pada dasarnya, semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

11. Para ulama menyatakan, dalam kenyataan banyak orang yang mempunyai harta namun tidak mempunyai kepandaian dalam usaha memproduktifkannya; sementara itu, tidak sedikit pula orang yang tidak memiliki harta namun ia mempunyai kemampuan dalam memproduktifkannya. Oleh karena itu, diperlukan adanya kerjasama di antara kedua pihak tersebut.

Memperhatikan: Pendapat peserta Rapat Pleno Dewan Syari’ah Nasional pada hari sabtu, tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H./1 April 2000.

MEMUTUSKAN

Menetapkan: FATWA TENTANG TABUNGAN

Pertama: tabungan ada dua jenis:

1. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syari'ah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
2. Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *Mudharabah* dan *Wadiah*.

Kedua: Ketentuan Umum Tabungan berdasarkan *Mudharabah*:

1. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul mal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
2. Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya termasuk di dalamnya *mudharabah* dengan pihak lain.
3. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
4. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
5. Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
6. Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan. (mui.or.id, n.d.)

F. Penelitian Relevan

Dari penelusuran yang dilakukan penulis menemukan pembahasan yang ada kaitannya dengan masalah yang akan penulis teliti, diantaranya adalah:

1. Ermawati Nim 1451020045, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2018

dengan judul: “*Analisis Dampak Implementasi Produk Tabungan Haji Mabruur Terhadap Waiting List Ibadah Haji Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kalianda*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pengelolaan produk tabungan haji mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kalianda menggunakan pendekatan *the pool of approach*, dimana tabungan ini menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Bagi hasil yang diberikan kepada nasabah yaitu 15% untuk nasabah dan 85% untuk Bank Syariah Mandiri, dan penerapan tabungan haji terhadap *waiting list*/daftar tunggu ibadah haji di Kabupaten Lampung Selatan, yang menyebabkan antrian haji/*waiting list* semakin panjang tiap tahunnya disebabkan dana talangan haji pada produk tabungan haji, setelah talangan haji dihentikan tetapi nasabah produk tabungan haji setiap tahunnya tetap meningkat, tetapi disebabkan juga oleh taraf ekonomi masyarakat Kabupaten Lampung Selatan yang meningkat, tingginya animo umat muslim untuk berhaji, juga karena biaya haji Indonesia merupakan yang cukup murah dan masih dapat dijangkau oleh semua golongan.

Perbedaan skripsi dengan penelitian penulis adalah analisis dampak implementasi produk tabungan haji mabrur terhadap waiting list ibadah haji studi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kalianda, sedangkan penulis membahas tentang strategi pengelolaan Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

2. Denny Sarwani Nim 109053000023, dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2015 dengan judul: “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur Junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi-strategi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang terhadap produk tabungan mabrur junior untuk menarik minat nasabah dalam pemasaran yaitu dengan strategi menjeput bola (mencari nasabah) diantaranya memprioritaskan pemasaran kepada para pelajar yaitu siswa-siswa (pelajar) dan para orang tua, selain itu para nasabah juga diberi

kemudahan dalam penyeteroran perbulan dan pelayanan yang cepat. Sedangkan strategi yang tidak berjalan dengan baik ada pada promosi periklanan, Bank Syariah Mandiri kurang memaksimalkan periklanan melalui TV-Commercial dan spot iklan radio sehingga masyarakat luas kurang mendapat informasi produk-produk Bank Syariah Mandiri.

Perbedaan skripsi dengan penulis adalah strategi pemasaran produk tabungan mabrur junior Bank Syariah Mandiri KCP Pondok Pinang., sedangkan penulis membahas mengenai strategi pengelolaan Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

3. Ihdini Maulida Rahma Nim 106046101636, dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2010 dengan judul: “*Manajemen Pengelolaan Dana Tabungan Haji Pada BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan dana tabungan haji di BNI Syariah dengan menggunakan *pool of approach*, dimana semua dana pihak ketiga disatukan dan diinvestasikan ke sektor produktif yaitu pembiayaan yang ada di BNI Syariah. Dari analisis SWOT ditemukan bahwa BNI Syariah memiliki kekuatan *brand image* yang dipercaya oleh masyarakat untuk mengelola dan tabungannya. BNI Syariah juga memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. BNI Syariah mestinya melakukan kerjasama yang baik dengan pemerintah dan juga kelompok bimbingan haji untuk meningkatkan nasabah, sehingga dapat mengelola dana haji lebih maksimal.

Perbedaan skripsi dengan penelitian penulis adalah manajemen pengelolaan dana tabungan haji pada BNI Syariah Cabang Jakarta Selatan. Sedangkan penulis membahas mengenai strategi pengelolaan Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar yang belum pernah diteliti sebelumnya pada bank tersebut.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan turun langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan dengan strategi pengelolaan Tabungan Mabrur pada produk tabungan PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

B. Latar dan Waktu Penelitian

1. Latar Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar yang beralamat di Jl. Soekarno-Hatta No. 13, Kel. Sigarungung Pasar Batusangkar, Kec. Lima Kaum, Kab. Tanah Datar, Sumatera Barat.

**Tabel 3. 1
Rancangan Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Tahun						
		2019	2020					
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Survei awal							
2	Pembuatan proposal							
3	Pengajuan proposal							
4	Keluar surat pembimbing							
5	Bimbingan							
6	Seminar proposal							
7	Revisi							

8	Penelitian							
9	Munaqasah							

C. Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti langsung jadi instrumen kuncinya dengan cara peneliti langsung berada di lapangan untuk meneliti yaitu dengan melakukan wawancara. Kemudian untuk instrumen pendukungnya, peneliti menggunakan alat seperti *handphone*, *field notes*, daftar wawancara serta berupa dokumen seperti dokumen jumlah nasabah dan dokumen produk PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar yang dapat digunakan untuk menunjang keabsahan hasil penelitian.

D. Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber data primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah ibu Lusi Firdaus sebagai *Customer Service* dan ibu Rani Septiani sebagai *Marketing* pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen yang ada di bank yang berkaitan langsung dengan penelitian seperti: dokumen produk tabungan bank dan laporan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara (*interview*)

Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara secara langsung dengan ibu Lusi Firdaus sebagai *Customer Service* dan ibu Rani Septiani sebagai *Marketing* di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar dengan berpedoman kepada daftar wawancara yang

disediakan yang akan memberikan keterangan tentang masalah yang akan diteliti.

2. Dokumentasi

Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari arsip PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar yaitu penulis mengumpulkan data dokumentasi terhadap dokumen-dokumen dan brosur-brosur pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar yang penulis butuhkan dalam penyajian data tentang sejarah, struktur organisasi, formulir pendaftaran, produk-produk pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar. Selain meminta dokumentasi dari bank, penulis juga mengambil beberapa referensi yang berasal dari buku-buku perbankan dan browsing dari internet.

F. Teknik Analisis dan Interpretasi Data

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

Data-data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif yaitu dengan menggunakan uraian atau pengembangan secara tertulis. Pelaksanaan pengolahan data kualitatif dapat peneliti lakukan dengan cara membaca hasil wawancara (proses membaca) dan menganalisis data-data tersebut. Akan dipaparkan hasil wawancara dan survei awal serta dokumen-dokumen atau hasil bacaan semua sumber. Setelah data tersebut terkumpul, penulis akan menganalisa dan menggambarkan secara kualitatif yang berhubungan dengan strategi pengelolaan Tabungan Mabrur pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.

G. Teknik Penjaminan Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif data dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini untuk menjamin keabsahan data, maka penulis akan melakukan *triangulasi*.

Salah satu cara untuk mendapatkan data yang valid adalah dengan *triangulasi*. Demi terjaminnya keabsahan keakuratan data, maka penulis akan melakukan keabsahan data melalui triangulasi sumber data yaitu menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.

Dalam teknik *triangulasi* informasi mestilah dikumpulkan atau dicari dari sumber-sumber yang berbeda. Dimana dalam penelitian ini informasi didapat dari dokumen-dokumen, foto serta wawancara dengan pihak PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar *triangulasi* dilakukan untuk memperkuat data yang diperoleh dari informasi-informasi berbeda dan membuat peneliti yakin terhadap kebenaran dan kelengkapan data. Apabila data yang ditemukan disepakati oleh informasi berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredibel/ dipercaya, tetapi apabila data yang ditemukan peneliti dengan berbagai penafsirannya tidak disepakati oleh pemberi data, maka peneliti perlu melakukan diskusi dengan pemberi data dan apabila perbedaannya tajam, maka peneliti harus merubah temuannya, dan harus menyesuaikan dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri

1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri

Gambar 4. 1
Logo Bank Syariah Mandiri



Sumber: www.mandirisyariah.co.id

Sejarah singkat perusahaan penulis ambil dari website perusahaan Bank Syariah Mandiri (www.syariahamandiri.co.id) awal mula sejarah perusahaan Bank Syariah Mandiri hadir dengan cita-cita membangun negeri. Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya.

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri.

Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

a. Visi

“Menjadi Bank Syariah Terdepan dan Modern”

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

c. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan tidak lepas dari visi dan misi yang dimiliki oleh PT Bank Syariah Mandiri yaitu bagaimana cara yang dilakukan agar visi misi tersebut dapat tercapai dan terlaksana dengan baik. Nilai-nilai perusahaan Bank Syariah Mandiri dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi perusahaan tersebut, insan-insan BSM perlu menyumbang (*share*) untuk BSM dengan nilai-nilai yang relatif

seragam. Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan tahun, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di *shared* oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disingkat “ETHIC”

1) *Excellence*

Bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik.

2) *Teamwork*

Aktif, bersinergi untuk sukses bersama.

3) *Humanity*

Peduli, ikhlas, memberi mashlahat dan mengalirkan berkah bagi negeri.

4) *Integrity*

Jujur, ta’at, amanah dan bertanggung jawab.

5) *Customer Focus*

Berorientasi kepada kepuasan pelanggan yang berkesinambungan dan saling menguntungkan.(www.mandirisyariah.co.id)

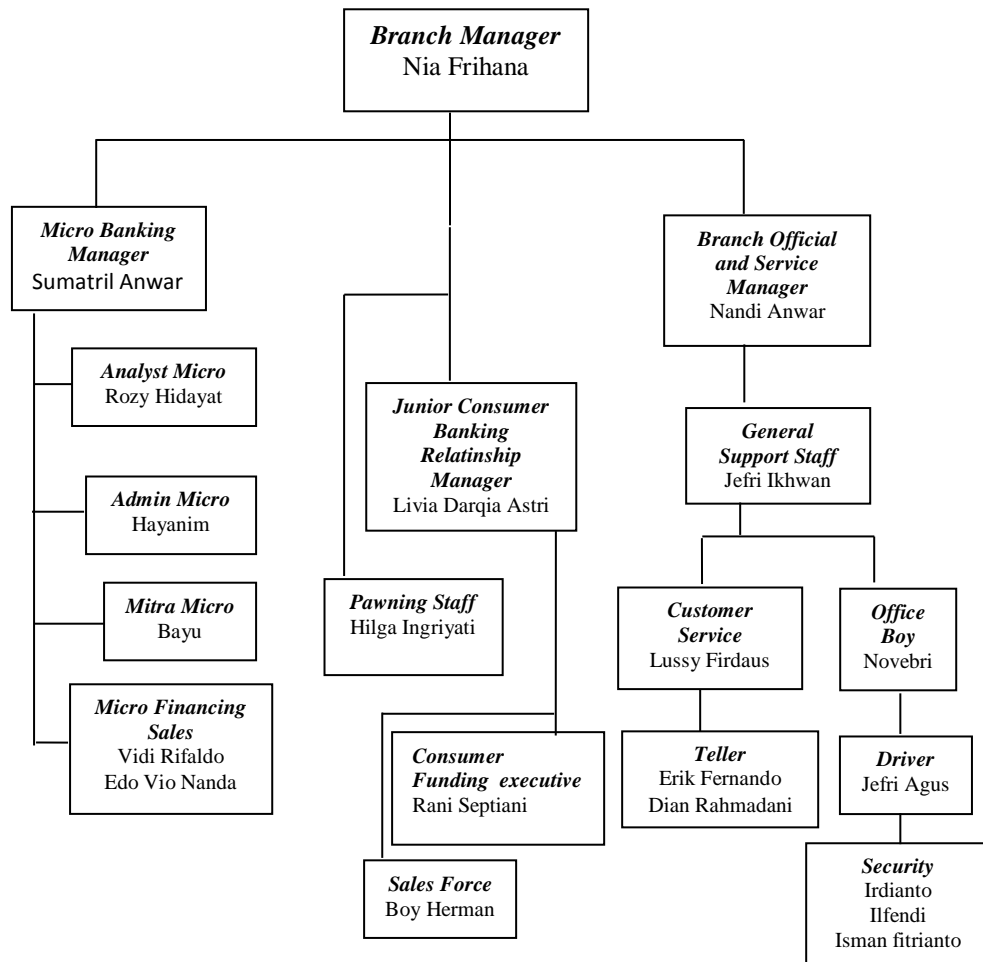
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Suatu organisasi merupakan salah satu wadah dimana terdapat sekumpulan orang-orang yang melakukan kerja sama untuk mencapai suatu tujuan. Jadi, struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka yang mewujudkan pola tetap dari hubungan baik dalam bidang-bidang kerja maupun orang-orang yang mewujudkan kedudukan dan peran masing-masing dalam kerjasama.

Bank Syariah Mandiri dalam menjalankan usahanya membagi peran serta masing-masing personalia dalam struktur yang jelas dan sistematis sesuai dengan tujuan masing-masing agar proses operasinya berjalan dengan lancar. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh

peneliti Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar dapat dikemukakan mengenai struktur organisasi sebagai berikut:

Gambar 4. 2
Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri
Kantor Cabang Batusangkar



Sumber: Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Keterangan:

1) *Branc Manager*

Adapun tugas dan wewenang *Branc Manager* antara lain:

- a) Bertanggung jawab atas pelaksanaan operasional cabang, pengawasan, pengembangan usaha serta pendayagunaan sarana

dan organisasi cabang untuk mencapai tingkat usaha yang optimal, efektif dan efisien.

- b) Mewakili direksi untuk tugas-tugas intern maupun ekstren yang berhubungan dengan kegiatan cabang.
- c) Melakukan kegiatan pemupukan dana (*funding*).
- d) Melakukan kegiatan pemasaran pembiayaan.
- e) Memastikan target pencapaian usaha serta menetapkan perkembangan upaya pengembangan kegiatan usaha.
- f) Mengkoordinir, memberikan supervise dan melakukan perencanaan atau pekerjaan yang dilakukan jajaran karyawan cabang.
- g) Mengimplementasikan struktur organisasi, fungsi dan tugas setiap unit kerja cabang sesuai dengan pedoman organisasi cabang.

2) *Marketing*

Fungsi dan tanggungjawab dari marketing antara lain:

- a) Membuat daftar nasabah prospek sesuai dengan segmentasi yang diinginkan perusahaan.
- b) Melakukan proses pemasaran produk sesuai daftar target yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan coordinator.
- c) Menyiapkan materi yang akan digunakan dalam proses pemasaran ke nasabah.
- d) Membuat laporan aktivitas sales mingguan sesuai format laporan yang disepakati dengan coordinator dan laporan bulanan sesuai format laporan yang sudah ditentukan.
- e) Membina hubungan dengan divisi-divisi lain dibantu oleh coordinator untuk proses-proses internal yang terkait proses penjualan ke nasabah.
- f) Secara terus-menerus menambah pengetahuan terhadap produk atau layanan yang akan dijual dan selalu berusaha meningkatkan kemampuan pembinaan hubungan dan penjualan ke nasabah.

- g) Mengikuti proses leader dari awal sejak proses pendaftaran, submit penawaran dan jika menang maka harus melakukan proses monitoring aktivasi nasabah dan sampai dengan pembuatan kontrak dengan nasabah.
- h) Memelihara nasabah yang sudah diperoleh dari menang tender dan mempersiapkan diri mengikuti tender berikutnya.

3) *General service staff*

General service staff bertanggungjawab terhadap kebutuhan karyawan saat menjalankan tugas-tugasnya seperti membuat rencana kebutuhan ATK dan kelengkapan pendukung lainnya dicabang, melakukan pemeliharaan sarana dan prasarana kantor, mengatur penggunaan kendaraan dinas, memastikan penggunaan gedung dan inventaris kantor.

4) *Customer Service*

Customer service mempunyai fungsi dasar dalam memberikan layanan kepada nasabah. Dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, *cross selling* dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul.

Tugas-tugas dari *Customer Service*:

- a) Berhubungan dengan nasabah untuk melayani berbagai jenis transaksi perbankan.
- b) Melayani dan memenuhi harapan nasabah *customer service* harus memberikan pelayanan yang baik, menyelesaikan permasalahan atas complain dari nasabah yang tidak puas terhadap layanan dan produk yang diberikan. *Customer service* juga harus tanggap dan mampu memenuhi harapan nasabah, biasanya nasabah ingin pelayanan yang cepat dan tanggap.
- c) Melakukan pekerjaan administrasi agar jika saat dibutuhkan dapat ditentukan dengan cepat.

5) *Teller*

Secara garis besar tugas dan wewenang *teller*, yaitu:

- a) Melayani nasabah dengan baik.
- b) Menerima setoran (tunai, non tunai, warkat BSM dan warkat bank lain).
- c) Melayani penarikan (tunai, pemindahbukuan, dan lain-lain).
- d) Melayani jasa pembayaran (listrik, telepon, pajak).
- e) Tugas di luar kantor seperti mengambil dan menyetorkan uang ke bank lain.

6) *Security*

Adapun tugas dan wewenang *security* adalah menjaga dan mengamankan perusahaan, mengatur antrian nasabah yang ingin melakukan pelayanan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar dan memastikan nasabah aman dari ancaman dan rasa takut bertransaksi di bank.

7) *Driver*

Adapun tugas dan wewenang *driver* adalah sebagai penanggungjawab terhadap kendaraan yang menjadi transportasi kantor yaitu: mengantarkan karyawan untuk kepentingan kantor dan menjaga kebersihan kendaraan selama operasional perusahaan berjalan.

8) *Office Boy*

Adapun tugas dan wewenang *office boy* adalah menjaga kebersihan kantor dan membantu seluruh karyawan apabila dibutuhkan. (Dokumen Bank Syariah Mandiri, 2019)

4. Produk Bank Syariah Mandiri

Sebagai lembaga yang menjadi intermediasi antara masyarakat yang mempunyai kelebihan dana (*Shahibul Maal*) dengan masyarakat yang membutuhkan dana (*Mudharib*) dalam menjalankan operasional perbankan syariah, produk-produk Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

a. Pendanaan

Produk penghimpunan dana terdiri dari tabungan, giro dan deposito

1) Tabungan

a) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Tabungan BSM ini Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah. Online di seluruh outlet BSM, mendapatkan Fasilitas Mandiri Syariah Debit yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit dan kartu potongan harga di merchant yang telah bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri. Fasilitas e-Banking, yaitu Mandiri Syariah Mobile & Net Banking.

b) Tabungan Simpanan Pelajar iB (Simpel iB)

Tabungan Simpel iB adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan oleh bank-bank syariah di Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan ini Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadi'ah Yad Dhamanah, outlet online diseluruh Mandiri Syariah, fasilitas Mandiri Syariah Debit yang berfungsi sebagai kartu ATM & Debit dan kartu potongan harga di merchant yang telah dibantu dengan Mandiri Syariah. Fasilitas e-banking, yaitu Mandiri Syariah Mobile, Mandiri Syariah Net Banking, Notifikasi Transaksi. Manfaat tabungan Simpel iB yaitu Memberi edukasi keuangan tentang produk tabungan dan layanan perbankan syariah, mendorong budaya gemar menabung dan melatih pengelolaan keuangan sejak dini.

c) Tabungan Berencana

Tabungan Berencana adalah tabungan berjangka untuk berbagai rencana dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi perlindungan asuransi secara gratis. Tabungan ini berdasarkan prinsip syariah mudharabah

muthlaqah, tidak dapat menerima setoran diluar setoran bulanan, saldo tabungan tidak bisa ditarik, dan bila ditutup sebelum jatuh tempo (akhir biaya masa kontrak) akan dikenakan administrasi.

d) Tabungan Wadiah

Tabungan Wadiah adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip Wadiah Yad Dhamanah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter Mandiri Syariah. Manfat tabungan ini yaitu Gratis biaya administrasi bulanan, gratis biaya tarik tunai di seluruh mesin ATM Bank Mandiri.

e) Tabungan Investa Cendekia

Tabungan Investa Cendekia adalah tabungan berjangka untuk keperluan dana pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi perlindungan asuransi.

f) Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun adalah tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.

g) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menggunakan prinsip syariah dengan akad *wadhi'ah yad dhamanah*.

h) Tabungan Mabror

Tabungan Mabror adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah*

muthlaqah. Tabungan ini tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji/ Umrah (BPIH). Saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp25.100.000 atau sesuai ketentuan dari kementerian agama. Keunggulan tabungan Mabror yaitu sebagai berikut:

- 1) Aman dan terjamin
- 2) Kemudahan perencanaan pencapaian dana haji
- 3) Kemudahan pendaftara haji melalui online SISKOHAT Kementerian Agama
- 4) Mendapat fasilitas sms/email notifikasi apabila saldo sudah mencapai minimum Rp.25.100.000 sesuai ketentuan kemenag untuk pendaftaran SISKOHAT.

Syarat khusus pembukaan rekening Tabungan Mabror

- 1) Tabungan Mabror haji dan umrah ini menggunakan prinsip *Mudharabah Mutlaqah* dalam mata uang rupiah.
- 2) Nasabah Tabungan Mabror haji dan umrah merupakan umat Islam (perorangan) yang berumur minimal/di atas 17 tahun dan berminat menunaikan ibadah haji dan umrah.
- 3) Nasabah dapat mencetak buku Tabungan Mabror haji dan umrah di seluruh cabang BSM terdekat.
- 4) Tabungan Mabror haji dan umrah tidak memperoleh fasilitas ATM dan *autodebet*/pedebet otomatis.
- 5) Bagi nasabah yang batal karena meninggal dunia sebelum terdaftar pada SISKOHAT, maka pewarisan hak atas tabungan Mabror haji dan umrah diserahkan kepada ahli waris yang sah menurut hukum atau pihak lain yang ditunjuk sesuai hukum.
- 6) Bagi nasabah yang batal atas permintaan sendiri sebelum terdaftar pada SISKOHAT, maka diatur sesuai dengan ketentuan bank.

- 7) Jika terdapat perbedaan antara saldo yang dicatat pada administrasi SISKOHAT dengan saldo pada buku tabungan mabrur haji dan umrah dan saldo yang tercatat pada pembukuan bank maka yang tercatat pada pembukuan bank.
- 8) Bank dapat memberikan layanan notifikasi melalui pesan singkat (SMS) sebagai pemberitahuan kepada nasabah apabila jumlah saldo sudah mencapai Rp 25.100.000 terhadap layanan notifikasi berdasarkan pasal ini, bank tidak mengenakan biaya administrasi atas layanan notifikasi transaksi melalui SMS.
- 9) Tabungan Mabrur dapat dibuka di cabang Bank dan di Cabang Layanan Syariah Bank (LSB) PT. Bank Mandiri (persero) Tbk.
- 10) Layanan Syariah Bank (LSB) merupakan layanan berupa pembukaan rekening tabungan dan transaksi yang dilakukan di jaringan Bank Mandiri.
- 11) Bank dan nasabah telah menandatangani dan menundukkan diri pada ketentuan-ketentuan dan syarat-syarat umum pembukaan rekening yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari syarat khusus pembukaan rekening Tabungan Mabrur ini.
- 12) Jika tidak secara tegas dinyatakan lain dalam syarat khusus dalam pembukaan rekening Tabungan Mabrur ini, maka kata-kata dimulai dengan huruf besar atau definisi-definisi dan istilah-istilah yang digunakan dalam syarat khusus pembukaan rekening Tabungan Mabrur ini mengacu kepada syarat-syarat umum pembukaan rekening.
- 13) Sebelum syarat khusus pembukaan rekening Tabungan Mabrur ini disetujui oleh nasabah, nasabah mengakui dengan sebenarnya bahwa nasabah telah membaca dengan

cermat seluruh isi syarat khusus pembukaan rekening Tabungan Mabrur ini, sehingga nasabah memahami sepenuhnya segala yang akan menjadi akibat hukum setelah nasabah menyetujui syarat khusus pembukaan rekening Tabungan Mabrur ini.

14) Nasabah menyatakan bahwa kesesuaian tandatangan dan data nasabah (termasuk nomor telepon) tidak ada perubahan dengan data yang tercatat di bank.

i) Tabungan Mabrur Junior

Tabungan Mabrur Junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah untuk anak usia di bawah 17 tahun. Online dengan Siskohat kementerian agama untuk kemudahan pendaftaran haji dengan minimal usia 12 tahun. Mendapatkan fasilitas notifikasi saat saldo cukup untuk didaftarkan porsi haji dan nama yang tercantum di buku tabungan adalah nama anak.

j) Tabungan Saham Syariah

Tabungan Saham Syariah adalah rekening dana nasabah yang berisi produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan transaksi efek, juga untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimunculkan melalui Bursa rekening KSEI. Tabungan ini berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Mudharabah Mutlaqah*.

2) Giro

a) BSM Giro

BSM Giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah. Setoran awal minimum Rp500.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (Non-Perorangan), Saldo minimum Rp500.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (Non-Perorangan), Biaya administrasi bulanan:

Perorangan: Rp15.000 (tanpa ATM) dan Rp17.000 (dengan ATM), Perusahaan: Rp25.000. Biaya tutup rekening: pelanggaran Rp50.000 dan permintaan sendiri Rp20.000. manfaat: Dana aman dan tersedia setiap saat, kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau B/G, fasilitas Intercity Clearing untuk kecepatan pembayaran inkaso (kliring antar wilayah), fasilitas Mandiri Syariah Debit, sebagai kartu ATM sekaligus debit (untuk perorangan), fasilitas pengiriman account statement setiap awal bulan, Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan Mandiri Syariah.

b) BSM Giro Valas

BSM Giro Valas adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*. Bebas biaya penarikan bank notes sampai dengan USD5.000 per bulan, setoran awal minimum USD1.000, Saldo minimum USD1.000, Biaya administrasi bulanan USD5 dan biaya tutup rekening USD10.

c) BSM Deposito

BSM Deposito adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*. Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6 dan 12 bulan, dicairkan pada saat jatuh tempo, Setoran awal minimum Rp2.000.000, biaya materai Rp6.000 dan biaya penarikan: Rp30.000/rekening.

d) BSM Deposito Valas

BSM Deposito Valas adalah Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*. Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6 dan 12 bulan, dicairkan pada saat jatuh tempo, setoran awal minimum USD1.000 dan biaya materai Rp6.000.

b. Pembiayaan

1) Pembiayaan Implan

Pembiayaan Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). Pembiayaan Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.

2) Pembiayaan Pensiun

Pembiayaan kepada Pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah. Jenis Penggunaan antara Lain: Biaya sekolah (akad ijarah), renovasi rumah (akad murabahah), pembelian peralatan kebutuhan rumah tangga (akad murabahah), pembelian kendaraan bermotor (akad murabahah) dan pembelian barang untuk usaha (akad murabahah).

3) Pembiayaan Griya

Pembiayaan Griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan developer dengan sistem murabahah. Akad yang digunakan adalah akad murabahah. Akad murabahah adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

4) BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB)

BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan dengan sistem murabahah. Pembiayaan yang dapat dikategorikan sebagai PKB adalah: Jenis kendaraan: mobil, kondisi kendaraan: baru dan untuk kendaraan baru, jangka waktu pembiayaan hingga 5 tahun.

5) Gadai Emas

Gadai Emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

6) Cicil Emas

Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri untuk membantu pengeluaran untuk pembelian/kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah punya emas dan menguntungkan. Jenis emas yang bisa dibiayai adalah emas lantakan (batangan) dengan jumlah minimum gram adalah 10 gram.

7) Reksa Dana

Reksa Dana adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat Pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam Portofolio Efek oleh Manajer Investasi.

c. Jasa

1) BSM *Card*

a) Mandiri Syariah Debit

Mandiri Syariah Debit Standar Nasional (GPN) adalah produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri dan terhubung dengan jaringan domestik serta memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit yang dapat digunakan di seluruh mesin ATM/EDC domestik.

b) Kartu Visa

Mandiri Syariah Debit Visa adalah produk kartu berteknologi chip yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri bekerjasama dengan jaringan Visa International yang memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM/EDC dosmetik dan internasional.

Jenis-jenis kartu Visa:

- 1) Silver Debit
 - 2) Gold Debit
 - 3) Priority Debit
- c) BSM Sentra Bayar
- BSM Sentra Bayar merupakan produk layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan.
- d) BSM SMS Banking
- BSM SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.
- e) BSM *Mobile Banking*
- Mandiri Syariah Mobile merupakan layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah di bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.
- f) BSM Net Banking
- Layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet dengan alamat “<https://bsmnet.syariahamandiri.co.id> yang dapat digunakan oleh nasabah.
- g) BSM Jual Beli Valas
- Pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau mata uang asing dengan mata uang asing lainnya yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dengan nasabah.
- h) BSM *Electronic Payroll*

Pembayaran gaji karyawan institusi melalui Sistem Informasi Payroll Bank Syariah Mandiri secara mudah, aman dan fleksibel.

i) Transfer Uang Tunai

Manfaatkan layanan BSM Transfer Uang Tunai untuk mengirim uang tunai kepada sanak saudara atau rekan bisnis anda di seluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat dikirim meskipun di lokasi tersebut belum tersedia layanan perbankan.

j) BSM *E-Money*

BSM *E-Money* adalah kartu prabayar berbasis smart card yang diterbitkan oleh BSM bekerjasama dengan Bank Mandiri.(www.banksyariah.co.id)

d. Jasa Operasional

1) Transfer Lintas Negara Western Union

Adalah jasa pengiriman uang/penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*).

2) Kliring

Penagihan warkat bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring.

3) Inkaso

Penagihan warkat bank lain di mana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada di luar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.

4) Intercity Clearing

Jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) baik di luar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada hari yang sama atau keesokan harinya sesuai zona kliring.

5) RTGS (Real Time Gross Settlement)

Jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time.

6) Transfer Valas

Transfer Valas adalah layanan transfer valuta asing (valas) antar rekening bank di Indonesia atau luar negeri dalam 130 mata uang.

7) Refrensi Bank

Surat Keterangan yang diterbitkan oleh Bank Syariah Mandiri atas dasar permintaan dari nasabah untuk tujuan tertentu.

8) Standing Order

Fasilitas kemudahan yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada nasabah yang dalam transaksi financialnya harus memindahkan dari suatu rekening ke rekening lainnya secara berulang-ulang.

9) Payment Point

Layanan transaksi *point pembayaran* di bank syariah mandiri dapat dilakukan oleh outlet di setiap bank syariah mandiri atau ATM.

10) Layanan Pembayaran Institusi (BPI)

Layanan Pembayaran Institusi adalah sistim layanan Pembayaran kepada nasabah institusi secara Host to Host dimana pembayaran dapat dilakukan melalui *delivery channel* Mandiri Syariah, ATM Bersama dan ATM Prima. Transfer Lintas Negara Western Union. (www.mandirisyariah.co.id)

B. Hasil Penelitian

1. Strategi Pemasaran Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Strategi pemasaran diperlukan pada sebuah lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Mandiri, dimana lembaga ini selain berorientasi pada fungsi profit, lembaga ini juga mempunyai kapasitas sebagai lembaga yang berorientasi pada fungsi sosial. Pada lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Mandiri, disadari perlunya bersaing pada pemasaran produk-produk serta jasa layanan, sehingga diperlukan strategi pemasaran pada produk dan jasa bank. Salah satu produk yang diperkenalkan Bank Syariah Mandiri adalah produk tabungan haji dan umrah yang dikenal dengan Tabungan Mabrur. Produk ini diperuntukan bagi nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah sehingga keinginannya dapat terpenuhi.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Lussy Firdaus selaku *customer service* dan Rani Septiani selaku Marketing Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Batusangkar yang dimaksud dengan Tabungan Mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu perencanaan ibadah Haji dan Umrah. Tabungan Mabrur merupakan salah satu produk unggulan, hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah pada bank tersebut. (Lusi Firdaus & Rani Septiani, wawancara, 11 Juni 2020)

Sedangkan untuk Segmen pasar yang dibidik oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar dari segi wilayah/daerah meliputi kota Batusangkar dan sekitarnya. Target pasar produk tabungan haji dan umrah dilihat dari pekerjaan mulai dari pegawai negeri, swasta, wiraswasta dan dari semua berbagai jenis pekerjaan. Sedangkan target pasar dari segi usia mulai dari anak-anak yang memiliki akte kelahiran sampai dengan usia yang tidak dibatasi.

Dalam pemasaran produk marketing sudah dibekali training/pendidikan marketing tentang strategi pemasaran produk yaitu marketing diajari bagaimana cara memasarkan suatu produk agar masyarakat tertarik untuk menggunakannya, kemudian materi tentang produk yaitu pemahaman marketing tentang semua produk yang ada di Bank Syariah Mandiri.

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Produk

Dalam mengembangkan produknya Bank Syariah Mandiri melakukan *Branding* Haji dan Umrah, dengan mempertimbangkan faktor-faktor sebagai berikut:

- a. Mudah diingat dan mengerti, Bank Syariah Mandiri memberi nama produk-produk tersebut. Seperti tabungan untuk haji dan umrah dikenal dengan nama Tabungan Mabrur sehingga masyarakat mudah mengingat dan mengetahui tabungan itu ditujukan untuk yang ingin melaksanakan ibadah haji dan umrah.
- b. Terkesan Modern, Bank Syariah Mandiri dalam menciptakan merek dengan cara melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam hal penamaan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah.
- c. Memiliki arti (dalam arti positif), Bank Syariah Mandiri menciptakan merek memiliki arti yang bermanfaat bagi nasabahnya. Dalam produk Tabungan Mabrur yaitu tabungan haji dan umrah yang dijalankan menurut prinsip syariah dan tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin para nasabah.

2. Strategi Harga

Dalam strategi harga sudah berdasarkan ketentuan kemenag dalam pembukaan rekening Tabungan Mabrur. Tabungan mabrur

di Bank Syariah Mandiri sangat terjangkau bagi masyarakat yaitu pada setoran awal minimal sebesar Rp 100.000 dan bebas biaya administrasi sehingga menarik perhatian masyarakat dan tidak memberatkan masyarakat yang ingin memiliki tabungan haji sehingga masyarakat dapat membuka rekening Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri.

3. Strategi Tempat/distribusi

Lokasi Bank Syariah Mandiri sangat strategis yaitu dekat dengan pusat keramaian yaitu pasar Batusangkar. Dalam upaya melayani nasabah tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam menyalurkan informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar menggunakan sistem penyebaran brosur-brosur pada musim haji/pelepasan haji. (rani septiani, wawancara, 11 Juni 2020)

4. Strategi Promosi

Salah satu tujuan promosi Bank Syariah Mandiri adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Berikut ini strategi promosi yang digunakan Bank Syariah Mandiri dalam mempromosikan produk Tabungan Mabrur:

- a. Memperluas jaringan dari satu nasabah yaitu melakukan promosi melalui mulut ke mulut kemudian menawarkan pada pasangan, keluarga dan teman nasabah melalui telpon atau langsung datang kerumah.
- b. Menanamkan nilai filosofi minang kabau “*adat basandi syara’, syara’ basandi kitabullah*” untuk memenuhi syara’ ke kitabullahnya ada dalam salah satu rukun Islam yaitu naik haji bagi yang mampu, maka dari itu BSM dapat menjual

produknya dengan menanamkan prinsip tersebut. Berdasarkan filosofi minang kabau dapat mengajak masyarakat ke Syariah.

- c. Dengan menyebarkan brosur-brosur kepada nasabah yang datang ke bank maupun pada saat musim haji/pelepasan haji dan juga melalui iklan-iklan yang menarik dan agamis, sehingga masyarakat dengan mudah mengetahui adanya lembaga keuangan syariah, produk maupun jasa layanannya, khususnya produk Tabungan Mabrur.
- d. Dengan *website* www.banksyariahmandiri.co.id informasi tentang Bank Syariah Mandiri dengan produk maupun jasa layanannya khususnya produk Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri dapat diketahui masyarakat luas.
- e. Melakukan MOU (memorandum of understanding) dengan lembaga-lembaga seperti biro perjalanan haji dan umrah serta lembaga BKMT yang ada di Tanah Datar. Ikut acaran BKMT kecamatan maupun kabupaten yang dilakukan satu kali seminggu atau satu kali dalam dua minggu. Hal ini disebabkan oleh antusias masyarakat yang tinggi terhadap haji dan umrah. (Rani Septiani, wawancara 11 juni 2020)
- f. Promosi melalui Spanduk

Promosi melalui spanduk yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat Batusangkar dengan memperkenalkan produk-produk yang ada di Bank Syariah Kantor Cabang Batusangkar
- g. Pemberian berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji dan umrah jika saldo nasabah mencapai 5 juta-10 juta maka akan mendapat souvenir baik berupa tas maupun mukenah. (Lussy Firdaus, wawancara 11 juni 2020)

2. Prosedur Pelaksanaan Tabungan Mabruur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Prosedur yang diterapkan dari awal nasabah mendaftarkan diri hingga nasabah mendapatkan nomor porsi yaitu sebagai berikut:

- a. Prosedur pembukaan rekening tabungan Mabruur
 - 1) Nasabah datang ke Bank Syariah Mandiri untuk membuka Tabungan Mabruur
 - 2) Setelah itu nasabah akan mendapat nomor antrian dan kemudian dipanggil ke meja *Customer Service*
 - 3) *Customer Service* memberitahu dan menjelaskan pada calon penabung mengenai syarat-syarat pemilikan Tabungan Mabruur seperti karakteristik tabungan tersebut dan ketentuan umum dalam pembukuan rekeningnya
 - 4) *Customer Service* meminta nasabah untuk mengisi dengan lengkap formulir aplikasi pembukaan Tabungan Mabruur serta tidak lupa untuk menandatangani
 - 5) Meminta *fotocopy* kartu identitas calon nasabah yang masih berlaku seperti: KTP
 - 6) Meminta fotocopy kartu keluarga dan surat kesehatan
 - 7) Meminta pas foto 3x4 (4 lembar)
 - 8) Berdasarkan urutan registrasi pembukaan rekening tabungan, *Customer Service*, menuliskan nomor nasabah dan nomor rekeningnya pada formulir aplikasi tersebut sekaligus membubuhkan stempel “sesuai dengan aslinya” pada *fotocopy* identitas nasabah beserta verifikasi disamping tanda tangan nasabah
 - 9) Berdasarkan data nasabah, *Customer Service* melakukan posting pada sistem komputer kemudian melakukan otorisasi dan minta persetujuan rekening kepada kantor kas
 - 10) kemudian data nasabah dicatat pada buku tabungan, minta nasabah membubuhkan tanda tangannya pada kartu *specimen*

dan *overlay paper* yang diletakkan tepat di atas kotak tanda tangan pada bagian dalam cover buku tabungan

- 11) Setelah ditanda tangani nasabah, kotak yang sudah dibubuhi *ultraviolet signature tape* kemudian distempel BSM dan ditandatangani oleh pejabat yang berwenang atau yang ditunjuk.
- 12) Setelah mendapatkan persetujuan dari kepala kantor kas, *customer service* meminta kepada nasabah setoran pertamanya dengan cara mengisi slip setoran serta diberikan langsung buku tabungannya. Kemudian meminta calon nasabah menyerahkan slip setoran yang telah diisi kepada teller
- 13) Setelah dana yang disetor nasabah tersebut mencapai Rp. 25.100.000 maka nasabah harus pergi ke kantor Kementerian Agama (Kemenag) daerah dimana nasabah tinggal untuk mengambil surat perintah pergi haji (SPPH)
- 14) Setelah dari kantor kemenag nasabah kembali lagi ke bank untuk menyerahkan SPPH yang telah diberikan oleh kantor kemenag kepada bank yang bersangkutan untuk mendapatkan nomor keberangkatan haji
- 15) Setelah itu bank akan mengeluarkan nomor porsi haji sebanyak lima lembar:
 - a) Lembaran warna putih di pegang oleh nasabah
 - b) Lembaran warna hijau diberikan kepada bank
 - c) Lembaran warna kuning diberikan untuk kota
 - d) Lembaran warna biru diberikan untuk provinsi
 - e) Lembaran warna merah diberikan untuk kantor kemenag pusat

Jadi lembaran warna kuning, biru, dan merah nasabah yang langsung mengantarkan ke kantor Kemenag daerah nasabah tinggal.

- 16) Setelah selesai maka nasabah harus menunggu tahun keberangkatan untuk pergi haji sesuai dengan tahun yang sudah ditentukan oleh kementerian agama
 - 17) Sebelum berangkat haji dan umrah maka nasabah harus melunasi total keseluruhan dari biaya keberangkatan yaitu sesuai dengan *kurs dollar* yang diterapkan oleh kementerian agama.
 - 18) Setelah itu nasabah baru berangkat untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah
 - 19) Setelah nasabah pulang dari ibadah haji dan umrah maka nasabah harus kembali ke bank untuk menutup kembali rekening haji dan umrah.
- b. Prosedur Penutupan Rekening Tabungan Mabrur

Penutupan rekening Tabungan Mabrur hanya dapat dilakukan untuk keperluan pendaftaran haji dan dapat ditutup rekeningnya setelah nasabah selesai menunaikan ibadah haji. Penutupan Tabungan Mabrur karena meninggal dunia dikenakan biaya penutupan sebesar Rp 25.000 sedangkan penutupan rekening untuk pelunasan biaya pemberangkatan ibadah haji (BPIH) tidak dikenakan biaya selama rekening aktif paling lama 6 bulan setelah pergi haji.

- 1) Nasabah mendatangi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar bertemu *Customer Service* menerima permohonan penutupan rekening tabungan, buku tabungan dan fotocopy identitas dari nasabah dengan memperlihatkan yang asli.
- 2) Nasabah mengembalikan buku tabungan yang ada nama penabung pada *Customer Service*. Dilakukan pengecekan persyaratan penutupan rekening dan fasilitas yang terkait dengan rekening yang bersangkutan.

- 3) Proses penutupan rekening dilakukan pada sistem sehingga mendapatkan saldo akhir setelah dikurangi biaya-biaya penutupan rekening bagi yang dikenakan biaya.
- 4) Slip penarikan diperuntukkan nasabah dalam pengambilan saldo rekening nasabah, paraf kolom yang disediakan.
- 5) Bubuhi stempel pada pernyataan tanggal penutupan rekening.
- 6) Surat permohonan penutupan rekening, slip dan berkas penutupan rekening lainnya diberikan kepada kepala seksi Operasional Syariah untuk meminta tanda tangan persetujuan pada surat permohonan, slip penarikan dan berkas penutupan lainnya sehingga dapat dilakukan proses otorisasi pada sistem oleh kepala seksi Operasional Syariah.
- 7) CS menyerahkan slip penarikan, dan mempersilakan ke *Teller* untuk melakukan penarikan saldo.
- 8) Pada akhir hari pastikan saldo rekening pada sistem telah nihil.
- 9) Teller menerima slip penarikan dan buku tabungan yang telah ditanda tangani oleh nasabah.
- 10) Teller menerima slip penarikan dan buku tabungan yang telah ditanda tangani oleh nasabah.
- 11) Setelah memeriksanya, lakukan proses penutupan tabungan sesuai sistem dan dilakukan tahapan prosedur pembayaran uang tunai kepada nasabah.
- 12) Pada slip penarikan bubuhi paraf dan stempel "LUNAS"

Sedangkan dokumen yang diperlukan dalam pengurusan ibadah haji hingga mendapatkan nomor porsi dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar adalah sebagai berikut:

- a. Kartu Tanda Penduduk (KTP)
- b. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)- *jika ada*
- c. Formulir pembukaan rekening tabungan mabrur
- d. Surat pernyataan calon haji (SPCH)

- e. Surat kuasa/wakalah
- f. Foto berwarna 3x4 5 lembar
- g. Materai 6000 2 lembar

Selanjutnya ketentuan-ketentuan SISKOHAT tentang tabungan Mabur pada BSM sebagai berikut:

- a. Nasabah tidak akan langsung didaftarkan ke dalam Sistem komputerisasi haji terpadu (SISKOHAT) kementerian agama oleh bank kecuali saldo pada rekening nasabah sudah cukup (sesuai ketentuan pemerintah yang berlaku mengenai biaya minimal pendaftaran haji melalui SISKOHAT) dan atas perintah nasabah.
- b. Saldo minimal untuk didaftarkan pada SISKOHAT adalah Rp. 25.100.000 (dua puluh lima juta seratus ribu rupiah) atau yang ditentukan kemudian oleh direktur jenderal penyelenggaraan haji dan umrah kementerian agama.
- c. Bagi nasabah yang batal karena meninggal dunia setelah terdaftar pada SISKOHAT, maka pewarisan hak atas tabungan diserahkan kepada ahli waris yang sah menurut hukum atau kepada pihak lain yang ditunjuk sesuai hukum serta sesuai ketentuan dari direktur jenderal penyelenggaraan haji dan umrah kementerian agama.
- d. Bagi nasabah yang batal atas permintaan sendiri setelah terdaftar pada SISKOHAT maka diatur sesuai ketentuan bank serta sesuai dengan ketentuan direktur jenderal penyelenggaraan haji dan umrah kementerian agama.

Berdasarkan wawancara dengan ibu Rani Septiani bahwa waktu dalam pengurusan ibadah hingga mendapatkan nomor porsi yaitu satu hari selesai kecuali jika tidak ada gangguan sistem maupun jaringan. Kemudian pada pengelolaan Tabungan Mabur diinvestasikan pada sektor produktif yaitu pada usaha-usaha yang halal yang bebas dari unsur riba. (Rani Septiani, wawancara, 11 juni 2020)

Pada Tabungan Mabur terdapat akad *mudharabah mutlaqah* yang mana pemilik dana memberi kebebasan pada bank untuk

mengelola dananya, sehingga nasabah yang mendapatkan bagi hasil dari tabungan mabrur tersebut tergantung dari banyaknya kontribusi dana tabungan nasabah masing-masing.

Dalam proses penutupan rekening haji ada 2 yaitu:

1. Jika melakukan pembatalan haji karena alasan tertentu maka dikenakan biaya sebesar 25.000 diantaranya yaitu:
 - a. Karena masa tunggu terlalu lama sehingga nasabah membatalkan
 - b. Lebih memilih umrah
 - c. Kebutuhan keluarga
 - d. Meninggal dunia
2. Jika sudah dimanfaatkan untuk pergi haji dan pulang dari haji maka bebas biaya penutupan selama rekening aktif selama 6 bulan.

Untuk ketentuan Tabungan mabrur yaitu:

- a. Rekening satu kali pakai wajib menutup jika sudah dimanfaatkan untuk pergi haji
- b. Tidak untuk transaksi sehari-hari
- c. Hanya bisa untuk Cek saldo dan pelunasan
- d. Pelunasan bisa dilakukan melalui teller maupun aplikasi mobile banking (Lussy Firdaus, wawancara, 11 juni 2020)

Berdasarkan wawancara dengan marketing BSM bahwa antrian pemberangkatan haji panjang dipengaruhi oleh adanya dana talangan bahkan saat ini antrian pemberangkatan haji mencapai 20 tahun masa tunggu keberangkatan ibadah haji ke tanah suci. Dana talangan haji berlaku sebelumnya di bank-bank syariah dan untuk saat ini dana talangan haji tidak berlaku lagi sejak tahun 2014 sehingga hanya tabungan haji saja yang diperbolehkan pada bank-bank syariah yang ada.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa prosedur pembukaan sampai penutupan Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar tidak jauh berbeda dengan bank syariah lainnya,

karena peraturan tersebut sudah diatur oleh kementerian agama dan pemerintah.

C. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar
 - a. Berdasarkan analisa penulis strategi produk yang dilakukan Bank Syariah Mandiri sudah efektif tidak jauh berbeda dengan teori yang ada karena dengan segi penamaan Tabungan Mabrur maka akan mudah diingat oleh masyarakat dan juga bebas dari unsur riba karena berada di Bank syariah maka nasabah akan merasa dananya aman dari unsur yang merusak nilai islam dan sesuai dengan keinginan nasabah dalam melakukan perencanaan haji hingga mendapatkan nomor porsi melalui Tabungan Mabrur di bank tersebut.
 - b. Berdasarkan analisa penulis strategi harga yang diterapkan sudah sesuai dengan ketentuan dari pusat karena pembukaan Tabungan Mabrur yaitu dengan setoran awal minimal 100.000 dan sudah bisa membuka rekening tabungan di bank tersebut. berdasarkan harga dalam pembukaan rekening tersebut sangat memudahkan dan terjangkau disemua kalangan yang ingin membuka Tabungan Mabrur dalam melakukan perencanaan untuk ibadah haji bagi setiap nasabah. Sesuai dengan teori dari Suhardi, 2018 “Apabila harga pembukaan terlalu tinggi maka akan menurunkan minat nasabah, sebaliknya apabila harga terlalu rendah, dapat memberatkan perusahaan dalam beroperasi dan akan memicu perang harga dari para pesaing”. Penulis setuju dengan strategi harga yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri.
 - c. Berdasarkan analisa penulis strategi tempat memang sangat strategis karena terbukti dekat dengan keramaian yaitu pasar Batusangkar sehingga akan mudah dikenali bank tersebut oleh

masyarakat dan juga dapat memberikan informasi melalui brosur maupun baliho di dekat bank karena lokasinya mudah diketahui. Marketing Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya karena dalam melakukan strategi pemasaran melalui lokasi/distribusi terdapat juga beberapa bank di kawasan yang sama dan sama-sama bersaing dalam memasarkan produk-produknya yang membuat *marketing funding* harus menciptakan strategi yang kreatif dan semenarik mungkin untuk mengajak calon nasabah membuka rekening pada produk Tabungan Mabrur.

- d. Berdasarkan analisa penulis dapat simpulkan bahwa dalam strategi pemasaran melalui promosi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri ada salah satu cara yang kurang efektif yaitu dengan cara menanamkan nilai filosofi minang kabau “*adat basandi syara’ ,syara’ basandi kitabullah*” karena tidak semua masyarakat mengetahui filosofi minang kabau ada sebagian masyarakat yang tidak mengetahui filosofi minang kabau tentu akan merasa bingung atau sulit dipahami oleh marketing dalam mempromosikan Tabungan Mabrur tersebut.
2. Prosedur Pelaksanaan Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar
 - a. Prosedur Pembukaan Rekening Tabungan Mabrur

Berdasarkan anailisa penulis prosedur pembukaan rekening Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar sudah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku. Hanya saja ada salah satu perbedaan dengan Bank Syariah lainnya yakni pada setoran awal lebih kecil dari Bank Syariah lainnya yaitu dengan setoran awal Rp.100.000 sudah bisa membuka rekening Tabungan Mabrur dan sudah memudahkan nasabah dalam melakukan pembukaan rekening tabungan yang digunakan untuk melakukan perencanaan ibadah haji hingga

mendapatkan No. Porsi yang sudah berjalan dengan baik hal ini dapat dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah Tabungan Maburr tiap tahunnya.

b. Prosedur Penutupan Rekening Tabungan Maburr

Berdasarkan analisa penulis penutupan rekening Tabungan Maburr berbeda dengan penutupan rekening tabungan lainnya hal ini dikarenakan pada Tabungan Maburr bebas biaya penutupan bagi yang sudah memanfaatkan dananya untuk pergi haji, sementara tabungan lainnya dikenakan biaya administrasi dalam penutupan rekening Tabungan itulah keunggulan Tabungan Maburr dari tabungan lainnya dan juga di buat sesuai kebutuhan umat Islam dalam melaksanakan kewajibannya untuk pergi haji.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran Tabungan Mabrur yang dilakukan bank syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar adalah sebagai berikut:
 - a. Strategi pemasaran melalui produk (*product*) dengan menawarkan keunggulan dan manfaat dari produk Tabungan Mabrur karena Tabungan Mabrur sesuai kebutuhan nasabah.
 - b. Strategi pemasaran melalui harga (*price*) dalam pembukaan rekening Tabungan Mabrur sudah sangat terjangkau dan sesuai dengan peraturan dari pusat sehingga terjangkau oleh masyarakat dengan setoran awal minimal Rp. 100.000 dan bebas biaya administrasi pembukaan rekening rekening Tabungan Mabrur pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar.
 - c. Strategi pemasaran melalui tempat/distribusi (*place*) pada Bank Syariah Mandiri Syariah sangat strategis yaitu dekat dengan pusat keramaian yaitu pasar Batusangkar. Keterlambatan dalam menyalurkan informasi dapat mengakibatkan bank kehilangan waktu dan kualitas jasa serta diambilnya kesempatan oleh para pesaing. Oleh karena itu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar menggunakan sistem penyebaran brosur-brosur pada musim haji/pelepasan haji
 - d. Strategi pemasaran melalui promosi (*promotion*) yang dilakukan pada bank syariah mandiri kantor cabang batusangkar adalah periklanan seperti: spanduk, sebar brosur pada musim haji/pelepasan haji yang diberikan pada keluarga jamaah, dan promosi dari mulut ke mulut.

2. Prosedur pelaksanaan Tabungan Mabrur di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Nasabah datang ke Bank Syariah Mandiri dengan membawa fotocopy (KTP) dan nomor pokok wajib pajak (NPWP) jika ada, kemudian mengisi formulir pembukaan rekening Tabungan Mabrur di *Customer Service* dengan minimal awal setoran Rp 100.000. Ada dua cara untuk mendapatkan nomor porsi, yaitu: menyetor secara langsung sebesar Rp 25.100.000 dan menyetor secara bertahap sampai tabungan terkumpul Rp. 25.100.000 dan memenuhi syarat-syarat yang dibutuhkan oleh *Customer Service*. Sedangkan penutupan rekening Tabungan Mabrur yaitu: nasabah mendatangi bank dengan membawa persyaratan yang ditentukan, nasabah mengembalikan buku tabungan kepada CS, Customer service melakukan pengecekan persyaratan penutupan rekening serta fasilitas tabungan sehingga diketahui saldo akhir, setelah nasabah melakukan penarikan kemudian CS melakukan penutupan dan nasabah diberikan slip penarikan.

Pada Tabungan Mabrur terdapat akad *mudharabah mutlaqah* yang mana pemilik dana memberi kebebasan pada bank untuk mengelola dananya, sehingga nasabah yang mendapatkan bagi hasil dari Tabungan Mabrur tersebut tergantung dari banyaknya kontribusi dana tabungan nasabah masing-masing.

B. Saran

Sejauh ini yang penulis amati Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar cukup baik, dan prosedur pembukaan rekening Tabungan Mabrur sampai dengan penutupan rekening sudah sesuai dengan peraturan, serta pengelolaan tabungan mabrur pada BSM Batusangkar yaitu dengan memakai akad *mudharabah mutlaqah*. Maka untuk meningkatkan minat dan kepercayaan nasabah terhadap produk Tabungan Mabrur di BSM dengan cara meningkatkan kinerja yang kreatif dan inovatif dalam memasarkan Tabungan Mabrur, agar tercapai tujuan dengan optimal.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anshori, A. G. 2009. *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- _____ 2018. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ascarya. 2011. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Assauri, S. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____ 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Azizah, H. Dan Makrus. 2018. *Pengelolaan Tabungan Haji di BRI Syariah Kantor Cabang Purbalingga. SEMNAS HES FAI UM*.
- Bastian I., dan Suhardjono. 2006. *Akuntansi Perbankan*. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Daulay, A. N. 2017. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perkembangan Produk Tabungan Haji Perbankan Syariah Di Indonesia. Jurnal Human Falah*, 4 (1): 118
- Departemen Agama RI. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: Syaamil Qur'an.
- Febriana, D. 2019. *Upaya Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan Mabrur Di Bank Syariah Mandiri KC Metro. Program Studi D3 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri. Metro*.
- Hamali, A. Y. 2016. *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. Edisi Pertama. Cetakan ke-1. Jakarta: Prenada Media Group.
- Hasibuan, M.S.P. 2017. *Dasar-Dasar Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ikatan Bankir Indonesia. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia
- Ikit. 2015. *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.

- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Isretno, E. 2011. *Pembiayaan mudharabah dalam Sistem Perbankan Syariah*. Jakarta: Cintya Press.
- Jajuli, S. 2015. *Produk Pendanaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish
- Kasmir. 2011. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Kasmir. 2018. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Mui.or.id.
- Mukti, A. W. *Strategi Pengelolaan Wakaf Tunai Pada Tabung Wakaf Indonesia*. Program Studi Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Muthaher, O. 2012. *Akuntansi Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saifuddin. 2014. *Pengelolaan pembelajaran teoritis dan praktis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Saputra, J. 2017. *Strategi Pemasaran Haji Pada Bank Syariah Mandiri Tulang Bawang*. Program Studi D3 Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Shinta, A. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Soemitra, A. 2018. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Suhardi. 2018. *Pengantar Manajemen dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Suwiknyo, D. 2016. *Analisis Laporan Keuangan Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Taringan, I. R.R. 2017. *Tabungan Haji Pada Bank Syariah*. *Jurnal Penelitian Sosial Agama*, 2 (2): 134.
- Taswan. 2005. *Akuntansi Perbankan: Transaksi Dalam Valuta Rupiah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN Yogyakarta.
- Umar, H. 2010. *Desain Peneleitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah-Masalah Manajemen Strategik*. Cetakan ke-1. Jakarta: PT Raja Grafindo.

Wawancara dengan Ibu Lusi Firdaus sebagai *customer service* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Wawancara dengan Ibu Rani Septiani sebagai *marketing* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Batusangkar

Widyastuti, I. 2014. *Analisis Akuntansi Penghimpunan Dana Dengan Prinsip Wadiah dan Mudharabah Di Perbankan Syariah. Moneter-Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1 (1): 59

www.syariahmandiri.co.id

Yaya, R., A.E Martawireja, dan A. Abdurahim. 2017. *Akuntansi Perbankan Syariah: Teori dan Praktik Kontemporer*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.