DAMPAK SOSIALISASI PRODUK PERBANKAN MELALUI PENGGALANGAN DANA MESJID TERHADAP PENINGKATAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PAYAKUMBUH

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Ahli Madya (A. Md)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah

OLEH:

MUHAMMAD ZAKI

3113.060

JURUSAN D III PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN)

BUKITTINGGI

2016

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir dengan judul **"Dampak Sosialisasi Produk Perbankan Melalui Penggalangan Dana Mesjid Terhadap Peningkatan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh"** yang disusun oleh saudara **Muhammad Zaki, NIM. 3113.060,** telah memenuhi Persyaratan Ilmiah dan disetujui untuk Diajukan ke Sidang *Munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 4 Agustus 2016

Pembimbing

H. Harfandi, SE, M.Si

NIP. 196211101999031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tugas Akhir yang berjudul : **"DAMPAK SOSIALISASI PRODUK PERBANKAN MELALUI PENGGALANGAN DANA MESJID TERHADAP PENINGKATAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PAYAKUMBUH".** Oleh **MUHAMMAD ZAKI NO. BP. 3113.060** telah diujikan dalam Ujian Akhir Jurusan D III Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN BUKITTINGGI, hari Senin tanggal 15 bulan Agustus tahun 2016 , dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Jurusan D III Perbankan Syariah dalam bidang Keahlian Perbankan Syari'ah.

Bukittinggi , 15 Agustus 2016

Tim Penguji,

Ketua

H. Harfandi, SE, M.Si

NIP. 196211101999031001

Anggota :

Penguji Utama

Dra. Rusyaida, M.Ag

NIP. 196906091997032001

Penguji Pendamping

(Pembimbing)

H. Harfandi, SE, M.Si

NIP.196211101999031001

Dr. Iiz Izmuddin, MA

NIP. 197503032001121007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

H. Harfandi, SE, M.Si

NIP.196211101999031001

KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* Penulis sampaikan kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **"Dampak Sosialisasi Produk Perbankan Melalui Penggalangan Dana Mesjid Terhadap Peningkatan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh"** ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Shalawat dan salam Penulis mohonkan kepada Allah SWT kiranya dilimpahkan pada arwah Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa risalah kebenaran dan membawa pelita penerangan jalan di dalam kegelapan kehidupan manusia.

Tugas Akhir ini tidak akan dapat Penulis selesaikan tanpa bantuan dan bimbingan dengan penuh keikhlasan dari beberapa pihak, maka penulisan kata pengantar ini Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga. Pertama sekali kepada kedua orang tua tercinta **Ayahanda Safri,** dan **Ibunda Rosna,** beserta keluarga tercinta yang senantiasa mengucurkan kasih sayang, do'a, motivasi, dan segala pengorbanan yang diberikan kepada Penulis dalam menyusun Tugas Akhir ini.

Ucapan terima kasih juga Penulis sampaikan kepada:

1. **Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum** selaku Rektor IAIN Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas kepada penulis untuk menggali dan menambah ilmu pengetahuan di IAIN Bukittinggi.
2. **Bapak H. Harfandi SE, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bukittinggi.
3. **Bapak Dr. Miswardi, SH, M, HUM** wakil dekan satu Febi.
4. **Ibu Era Sonita SE, M.Si** selaku pembimbing Magang.
5. **Bapak Dahyul Daipon M.Ag** selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan nasehat demi kelancaran proses belajar penulis selama perkuliahan.
6. **Bapak H. Harfandi SE, M.Si** selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, bimbingan dan saran dalam penulisan Tugas Akhir ini.
7. Bapak dan Ibu dosen IAIN Bukittinggi serta para karyawan dan karyawati yang telah membekali dan memberikan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat melanjutkan karya ilmiah ini dalam bentuk Tugas Akhir.
8. Pimpinan dan karyawan/karyawati Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh yang telah membantu dan memberikan ilmu kepada penulis dan informasi-informasi tentang Perbankan sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

9. Sahabat dan Teman-teman yang seperjuangan pada jurusan Diploma III Perbankan Syariah Reguler angkatan 13 atas segala kebersamaam, bantuan, motivasi, canda tawa dan suka cita selama dalam menuntut ilmu pengetahuan di IAIN Bukittinggi.

Demikianlah ucapan terima kasih dan penghargaan yang dapat Penulis sampaikan kepada Bapak, Ibu, rekan – rekan dan terhadap semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada Penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis berdo'a semoga balasan atas jasa baik yang mereka berikan tersebut dapat bernilai ibadah disisi Allah SWT.

Penulis mengakui masih banyak kekurangan dan kesalah dalam Tugas Akhir ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, Penulis mengharapkan perbaikan-perbaikan baik berupa saran maupun kritik dari pembaca yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan dari Tugas Akhir ini dimasa mendatang.

Akhirnya Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca untuk membuka wawasan berfikir dan dapat menambah ilmu pengetahuan terutama bagi Penulis pribadi.

Bukittinggi, 4 Agustus 2016

Muhammad Zaki
Bp. 3113.060

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

KATA PENGANTAR.....i

DAFTAR ISI.....iv

ABSTRAK vi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....1
B. Identifikasi Masalah.....4
C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah.....4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....5
E. Penjelasan Judul.....6
F. Kajian Terdahulu.....7
G. Metode Penelitian.....8
H. Sistematika Penulisan / Outline.....11

BAB II LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Pemasaran.....13
B. Proses Pemasaran.....14
C. Konsep Pemasaran.....15
D. Strategi Pemasaran.....16
E. Promosi.....19
F. Sosialisasi.....23
G. Dampak Sosialisasi Terhadap Peningkatan Nasabah.....24

BAB III HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.....26
B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.....31
C. Produk-Produk PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.....41
D. Dampak Sosialisasi Produk Perbankan Terhadap Peningkatan Jumblah Nasabah.....47

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan 56
B. Saran.....56

DAFTAR KEPUSTAKAAN 59

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABSTRAK

Tugas ini berjudul **"Dampak Sosialisasi Produk Perbankan Melalui Penggalangan Dana Mesjid Terhadap Peningkatan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh"**, maksud arti judul ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

Latar belakang penulis mengangkat judul ini adalah kurang paham dan kurang tahunya masyarakat yang ada disekitar Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dan juga sekitar Kota Payakumbuh tentang produk – produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh. Hal ini dikarenakan kurang efektifnya strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melalui sosialisasi yang dijalankan, terutama pada personal seling, produk perbankan dan hubungan artar karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dengan masyarakat sekitar Kota Payakumbuh. Adapun tujuan sosialisasi produk perbankan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh adalah untuk memperkenalkan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh kepada masyarakat sekitar melalui peggalangan dana Mesjid.

Dalam tugas akhir ini, metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian ini menggambarkan tentang bagaimana dampak sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dapat dikemukakan bahwa dampak produk perbankan yang terjadi adalah meningkatnya jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh, meningkatnya portofolio pendanaan dan pembiayaan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh, meningkatnya kepedulian kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh, terjadinya perkembangan ekonomi syariah di wilayah Payakumbuh dan sekitarnya dan banyak masyarakat sekitar Kota Payakumbuh mengetahui bahwa ada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh beroperasi secara prinsip syariah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan ekonomi manusia tidak terlepas dari peran penting sektor jasa keuangan pada umumnya dan perbankan pada khususnya. Melalui media inilah tujuan untuk merealisasikan ekonomi yang sehat dengan memberdayakan dana atau potensi investasi yang ada pada masyarakat dapat disalurkan dalam berbagai kegiatan produktif sehingga dapat terwujud pertumbuhan ekonomi yang sehat dan terhindar dari riba. Sebagaimana firman Allah SWT. Dalam surat Al-Baqarah ayat 275 dan Al-Imran ayat 130:

ٱلَّذِينَ يَأْكُلُونَ ٱلرِّبَوٰاْ لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ ٱلَّذِى يَتَخَبَّطُهُ ٱلشَّيْطَٰنُ
مِنَ ٱلْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوٓاْ إِنَّمَا ٱلْبَيْعُ مِثْلُ ٱلرِّبَوٰاْ ۗ وَأَحَلَّ ٱللَّهُ ٱلْبَيْعَ
وَحَرَّمَ ٱلرِّبَوٰاْ ۚ فَمَن جَآءَهُۥ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِۦ فَٱنتَهَىٰ فَلَهُۥ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُۥٓ
إِلَى ٱللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُوْلَٰٓئِكَ أَصْحَٰبُ ٱلنَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَٰلِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (Q.S. Al-Baqarah: 275)

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأْكُلُواْ ٱلرِّبَوٰٓاْ أَضْعَٰفًا مُّضَٰعَفَةً ۖ
وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.[1] (Q.S. Al-Imran: 130)

Peranan Bank syariah menjawab ayat tersebut yang menjalankan fungsi intermediasinya berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dan bebas riba. Bank syari’ah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam dan tradisinya kedalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait.

Setiap bank-bank syari’ah mempunyai bermacam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Didalam menawarkan produknya maka terjadi persaingan antara bank-bank syari’ah sehingga perlu adanya strategididalam pemasaran masing-masing Bank tersebut. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya.[2]

Strategi pemasaran didalam perbankan syariah diarahkan untuk meningkatkan kompetensi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang dilakukan secara komprehensif dengan mengacu pada analisis kekuatan dan kelemahan perbankan syariah di Indonesia saat ini. Upaya tersebut dilakukan melalui peningkatan keahlian sumber daya manusia, penyempurnaan ketentuan dan program sosialisasi.

---

[1]Umar Chapra dan Tariqullah Khan, *Regulasi dan Pengawasan Bank Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), cet. Ket ke-1, h. 15-16

[2]William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1991), h. 5

Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan bertujuan untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai kegiatan usaha perbankan syariah kepada masyarakat, baik itu pengusaha, kalangan perbankan, maupun masyarakat lainnya. Agar sosialisasi ini dapat terlaksana dengan baik, diperlukan kerja sama dengan lembaga-lembaga lain, seperti perguruan tinggi, para ulama, dewan dakwah, asosiasi, media masa cetak maupun elektronik, atau lembaga-lembaga lainnya yangmemiliki kemampuan dan akses yang besar dalam penyebarluasan informasi terhadap masyarakat.[3]

Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh melakukan sosialisasi kepada masyarakat sekitar. Sosialisasi dilakukan melalui pengalangan dana Mesjid yang dilaksanakan di Mesjid Mukhlisin Payakumbuh guna untuk memberikan informasi mengenai produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri cabang Payakumbuh kepada masyarakat yang belum mengetahui produk-produk Bank Syariah Mandiri.

Melihat akan pentingnya pengetahuan masyarakat tentang produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri sehingga nantinya akan menimbulkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah dan menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Mandiri, serta memberikan dampak terhadap peningkatan nasabah maka perlu adanya penelitian lebih lanjut yang membahas permasalahan sosialisasi melalui penggalangan dana Mesjid. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak sosialisasi

[3] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani,2001). h. 227

produk perbankan melalui penggalangaan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah. Penelitian ini diberi judul "**Dampak Sosialisasi Produk Perbankan Melalui Penggalangan Dana Mesjid terhadap Peningkatan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri cabang Payakumbuh**".

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah ini sebagai berikut:

1. Banyaknya produk-produk di Bank Syariah Mandiri yang kurang diketahui oleh masyarakat disekitar Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.
2. Bank Syariah Mandiri melakukan sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar melalui penggalangan dana Mesjid.

C. Batasan Masalah danRumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang diatas dan juga disebabkan karena keterbatasan biaya, dana dan waktu, penelitian ini dibatasi pada **" Dampak Sosialisasi Produk Perbankan melalui Penggalangan Dana Mesjid terhadap Peningkatan Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh ".**

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana dampak sosialisasi

produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri cabang Payakumbuh ?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh .

2. Kegunaan Penelitian

a) Segi Teoritis

1) Menambah wawasan keilmuan, khususnya bagi penulis mengenai dampak sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah.
2) Sebagai bahan informasi dan saran terhadap strategi Bank untuk meningkatkan nasabah.
3) Untuk mendapatkan gelar Ahli Madya bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

b) Segi Praktis

1) Bagi Masyarakat, sebagai masukan dan evaluasi dalam pengetahuan produk-produk yang ada pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

2) Bagi Bank, sebagai bahan acuan untuk memperbaiki cara bersosialisasi dengan masyarakat dalam peningkatan nasabah.
3) Hasil karya tulis ini dapat dijadikan sumber inspirasi bagi yang membutuhkan terutama bagi dunia perbankan Syariah agar menjadi lebih baik dari waktu ke waktu.

E. Penjelasan Judul

Sosialisasi produk perbankan : Sebuah proses pembelajaran untuk masyarakat, dengan melalui sosialisasi, sehingga masyrakat akan mengetahui operasional Bank Syariah. Sosialisasi merupakan konsep yang mengenalkan bahwa produk-produk Bank Syariah, dan mengenalkan peran lembaga keuangan di kalangan masyarakat.[4]

Penggalangan dana Mesjid : Suatu penghimpunan dana dari suatu produk Bank Syariah Mandiri, yang mana dilakukannya di Masjid-Masjid. Yang mana hal ini untuk mempromosikan suatu produk dengan sosialisasi kepada masyarakat.

Peningkatan : Upaya untuk menambah derajat, tingkat, dan kualitas maupun kuantitas.

[4] Iman Santosa, *Sosiologi The Key Concepts*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011). h.259

Peningkatan juga dapat berarti penambahan keterampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Selain itu peningkatan juga berarti pencapaian dalam proses, ukuran, sifat, hubungan dan sebagainya.[5]

Nasabah : Orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada Bank.[6]

Berdasarkan judul diatas maka dikemukakan bahwa apa dampak sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh.?

F. Kajian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Noor Kholis dengan judul ***"Pengaruh Sosialisasi Terhadap Perkembangan Gadai Syariah"***. Dalam penelitian ini Ahmad Noor Kholis lebih membahas tentang pengaruh sosialisasi terhadap perkembangan gadai syariah. Sedangkan penulis meneliti tentang dampak sosialisasi melalui penggalangan dana Mesjid serta mengetahui apakah sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri KC payakumbuh memberikan dampak terhadap peningkatan nasabah.

[5] *http://www.duniapelajar.com/2014/08/08/pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli* akses:20-maret-2016, jam:19:00

[6] Saladin, *Kamus Perbankan*, (Bandung: Pustaka Grafik,1994). h. 374.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan olehMhd. Dolly (3109.028) dengan judul ***"Penerapan Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan pada BPRS Ampek Angkek Canduang"***. Dalam tugas akhir ini Mhd. Dolly lebih membahas bagaimana cara penerapan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah nasabah tabungan pada BPRS Ampek Angkek Canduang tersebut. Sedangkan penulis meneliti tentang apa dampak sosialisasi melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Hilman pada tahun 2012 yang berjudul ***"Pengaruh Sosialisasi Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung"***. Dalam penelitian ini Muhammad Hilman lebih membahas tentang pengaruh sosialisasi terhadap minat nasabah untuk menabung.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis data penelitian ini bersifat kualitatif, dimana penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambaran, sehingga tidak menekankan pada angka-angka. Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan mengandung makna. Makna penelitian kualitatif adalah data yang sebenarnya, dimana makna ini mengandung nilai dibalik data yang tampak.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tentang bagaimana dampak sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid yang dilakukan Bank Syariah Mandiri untuk meningkatkan jumlah nasabah.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pebelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh dan Mesjid Mukhlisin Payakumbuh pemilihan lokasi ini didasarkan pada kepentingan peneliti. Penelitian pustaka yang dilakukan hanya sebagai pelengkap secara teoritis terhadap permasalahan yang diteliti. Dan waktu dalam penelitian ini pada tanggal 5 Februari 2016 sampai tanggal 5 Maret 2016 penelitian ini selesai dilakukan.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data primer

Data primer menurut (Husein Umar, 2005) adalah data yang diperoleh penelitidari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisoner. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada

hubungannya dengan penelitian. Data sekunder menurut (husein Umar, 2005) adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data sekunder penelitian ini diperoleh dari literature kepustakaan berupa buku-buku yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Merupakan salah satu teknik operasional pengumpulan data melalui pengamatan dan pengukuran dengan teliti dan sistematis terhadap objek yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi langsung ke lapangan, melihat tentang dampak sosialisasi melalui penggalangan dana Mesjid terhadap peningkatan jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sistematis dengan atau tanpa bantuan suatu daftar pertanyaan. Dalam hal ini pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara tidak hanya terbatas pada pokok permasalahan saja, tetapi juga ke hal-hal lain yang dianggap perlu dan berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dengan para pegawai bank , pihak-pihak yang terkait

dengan bank dan sebagian nasabah tentang sosialisasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh.

5. Teknik Analisis Data

Supaya data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan dianalisis sehingga dapat digunakan untuk mengintepretasikan dan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.Pada pendekatan yang digunakan dalam pemecahan masalah ini digunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi.

H. Sistematika Penulisan/ Outline

Bab I : Pendahuluan

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penjelasan judul, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II : Landasan Teori

Memuat tentang pengertian pemasaran, proses pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran, pengertian promosi, pengertian sosialisasi dan pembahasan secara teoritis masalah yang dikemukakan dalam penelitian ini.

Bab III : Hasil Penelitian

Yang akan memuat tentang pengenalan PT. Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh, struktur organisasi, visi misi Bank Syariah Mandiri, produk-produk Bank Syariah

Mandiri, model sosialisasi, serta dampaknya terhadap peningkatan nasabah.

Bab IV : Penutup

Kesimpulan dan saran

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Pemasaran

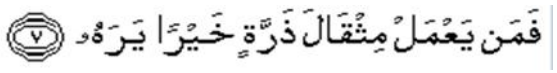
Pemasaran secara umum dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.[7]Perusahaan dalam melakukan pemasaran harus memiliki marketing mix (bauran pemasaran) yang tepat. Pemasaran mempunyai modal yang sangat penting dalam mecapai keberhasilan sebuah perusahaan barang maupun jasa. Semakin baik strategi pemasaran yang dilakukan maka semakin mendekati target pasar yang diharapkan. Dalam dunia pemasaran selalu terkait dengan yang dinamakan *marketing mix* (bauran pemasaran). *Marketing mix* adalah deskriptif dari suatu kumpulan alat-alat yang dapat digunakan oleh manajemen untuk mempengaruhi penjualan.[8]

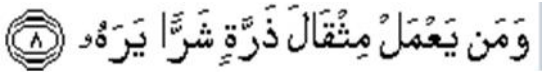
Seorang marketing (pemasaran)meskipun ia tidak mampu melihat Allah, ia akan selalu merasabahwa Allah senantiasa mengawasinya. Sehingga ia akan mampu untuk menghindar dari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya.

[7]http://asisnur.wordpress.com/2014/12/22/mengembangkan-pemasaran-syariah/ diakses pada 20 maret 2016 pukul 12:28

[8]Muhammad Firdaus N,dkk. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005). h.22

Sebab seorang marketingakan selalu merasa bahwa setiap perbuatan yang dilakukan akan dihisab.Sebagaimana ayat dalam Al-Qur'an berikut ini:





Artinya: Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya.(7) Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula.(8) (Q.S. Al-Zalzalah: ayat 7-8)[9]

B. Proses Pemasaran

1) Memahami pasar dan kebutuhan serta keinginan pelanggang
2) Merancang strategi pemasaran yang digerakkan oleh pelanggan
3) Membangun program pemasaran terintegrasi yang memberikan nilai yang unggul.
4) Membangun hubungan yang menguntungkan dan menciptakan kepuasan pelanggan
5) Menangkap nilai dari pelanggan untuk menciptakan keuntungan dan ekuitas pelanggan

Dalam empat langkah pertama, perusahaan bekerja untuk memahami pelanggan, menciptakan nilai bagi pelanggan, dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Dalam langkah terakhir, perusahaan menuai hasil dari menciptakan nilai unggul bagi pelanggan. Dengan menciptakan nilai bagi pelanggan, sebagai imbalannya mereka

[9]Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, h. 1087

menangkap nilai dari pelanggannya dalam bentuk penjualan, laba, dan ekuitas pelanggan dalam jangka panjang.[10]

C. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran dalam satu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu dan memerlukan pelaksanaan manajemen pemasaran yang pada hakikatnya merupakan tindakan dan konsep pemasaran. Konsep pemasaran (*marketing*), antara lain adalah:

a. Konsep produksi (*the production concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Oleh karena itu, manajemen harus berusaha untuk meningkatkan efesiensi produksi dan distribusi.

b. Konsep produk (*the product concepts*)

Dalam konsep ini terkandung pengertian bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karena itu, produsen harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus menerus.[11]

Produk yang ditawarkan adalah produk yang halal dan tidak boleh menghasilkan serta memperjualbelikan produk haram yang secara tegas dilarang oleh hukum syara'. Seperti yang dijelaskan oleh Allah SWT dalam Firman-Nya:

---

[10] Philib Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran,* (Jakarta: Erlangga, 2008). h.6

[11]Malayu S.P. hasibuan. *Dasar-dasar perbankan,* (Jakarta: PT. Bumi Aksara.2011). h. 146

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ إِنَّمَا ٱلۡخَمۡرُ وَٱلۡمَيۡسِرُ وَٱلۡأَنصَابُ وَٱلۡأَزۡلَٰمُ رِجۡسٞ مِّنۡ عَمَلِ ٱلشَّيۡطَٰنِ فَٱجۡتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ٩٠

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan".(Q.S. Al-Maidah: 90)[12]

c. Konsep penjualan (*the selling concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif.

d. Konsep pemasaran (*the marketing concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan bank adalah terdiri darri penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (*target market*) serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing.[13]

D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran bank biasanya dilandaskan pada bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari 4 P, yaitu sebagai berikut.

a. Produk (*Product*)

Menurut simorangkir (1992:85), produk perbankan adalah instrumen atau perangkat yang dibeli dan dijual oleh bank. Produk yang

[12]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT.Macanan Jaya Cemerlang, 2007), edisi 12, jilid 1 h.7-8

[13] Malayu S.P. hasibuan. *Dasar-dasar perbankan,* (Jakarta: PT. Bumi Aksara.2011). h. 146

dibeli oleh bank sangat banyak jumlahnya, karena bank dapat menciptakan berbagai jenis produk sesuai dengan keinginan nasabah. Dalam menetukan produk bank yang akan ditawarkan ke pasar, para eksekutif bank terlebih dahulu harus melakukan perencanaan produk.

b. Harga (*Price*)

Dalam hal penetapan harga deposito berjangka, pada umumnya bank harus memperhatikan tingkat suku bunga SBI, yang merupakan reference bagi bank untuk menetapkan tingkat suku bunga depositonya, baik untuk jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, ataupun 12 bulan. Disamping itu, bank Indonesia juga menetapkan ketentuan yang melarang bank umum untuk memasang harga simpanan depositonya lebih tinggi dari 125% x tingkat suku bunga SBI dan sebaliknya, jika bank memasang harga terlalu rendah dibandingkan dengan bank-bank pesaingnya, dikhawatirkan para deposan mengalihkan dananya ke bank-bank pesaing tersebut. Dengan demikian, penetapan strategi harga bagi produk-produk perbankan ditentukan antara lain oleh :

1) Cost of loanable funds yang diperhitungkan serendah mungkin,
2) Tingkat suku bunga SBI serta ketentuan bank Indonesia yang berlaku,
3) Tingkat harga yang “dipasang” oleh pesaing,
4) Profit margin (spread) yang layak.

c. Lokasi (*Place*)

Dalam bisnis perbankan, sebagai salah satu jenis bisnis yang menawarkan jasa, rangkaian yang ada sedikit berbeda. Pada bisnis perbankan tradisional, jaringan pemasaran lebih dititik beratkan pada perbedaanfungsi kontrol terhadap pelaksanaan perdagangan jasa perbankan dan ditentukan berdasarkan pertimbangan struktur organisasi, pembagian wilayah, serta kewenangan dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, dalam bisnis perbankan dikenl dengan adanya kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan seterusnya.

d. Promosi (*Promotion*).

Dalam bisnis perbankan juga dikenal berbagai strategi promosi yang pilihan penggunaannya ditentukan sesuai kondisi. Dengan demikian, dalam bisnis perbankan juga dikenal adanya promotional mix (bauran promosi) yang meliputi :

1) *Advertising* / periklanan,
2) *Sales promotion/*promosi penjualan,
3) *Personal selling/*penjualan perseorangan,
4) *Publicity/*publisitas.[14]

[14] Lukman Dendawijaya. *Manajemen Perbankan,* (Bogor: Ghalia Indonesia. 2009). Edisi Kedua. h.66-70

E. Promosi

Salah satu strategi pemasaran yang harus dijalankan adalah promosi. Promosi adalah mengembangkan dan menyebarluaskan komunikasi persuasif berkenaan dengan suatu penawaran. Dalam rangka memasarkan sebuah produk, maka perusahaan haruslah menetapkan biaya dan menjalankan strategi promosi yang tepat dan juga promosi dirancang sedemikian rupa sehingga fleksibel, efisiensi, dan efektif dalam mencapai tujuan utama yaitu untuk memberitahukan keberadaan produk atau perusahaan kepada konsumen atau menciptakan permintaan pasar yang akan memperluas pangsa pasar, karena itu perusahaan harus mempertimbangkan bauran promosi. Kegiatan promosi memudahkan perusahaan untuk memasarkan produknya dengan lancar mengingat persaingan yang semakin ketat dan kebebasan konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan ke pasar, dalam hal ini dibutuhkan suatu promosi yang berfungsi untuk mempengaruhi kecenderungan membeli dan loyalitas konsumen terhadap barang yang ditawarkan.[15]

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran. Di dalam Islam pemasaran harus berdasarkan etika dan moral begitu pula jika kita melakukan promosi harus dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

a. Jujur (shidiq)

Seorang pemasar harus jujur dalam melaksanakan jual beli produknya kepada konsumen yang dilandasi dengan keinginan agar

[15]Gita Danupranata, *Manajemen Perbankan Syariah,* (Jakarta: Salemba Empat, 2013). h.44

orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana ia menginginkannya. Dengan menjelaskan apa adanya mengenai produk tersebut tanpa menambah atau mengurangi.[16] Sebagaimana firman Allah dalam surat Ar-Rahman ayat 9.

وَأَقِيمُوا۟ ٱلْوَزْنَ بِٱلْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا۟ ٱلْمِيزَانَ ۝٩

Artinya: " Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu." (QS. Ar-Rahman/55: 9)

b. Amanah (Tanggung Jawab)

Tanggung jawab disini artinya mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang diberikan kepadanya, karena setiap orang harus bertanggung jawab terhadap jabatan dan pekerjaan atau usahanya.[17] Demikian pula dalam mempromosikan produk-produk BSM tersebut kepada masyarakat atau calon nasabah. Pada prakteknya BSM sebagai lembaga penghimpun dan penyalur dana masyarakat harus bertanggung jawab atas simpanan yang diberikan oleh para nasabahnya. Dengan demikian kepercayaan nasabah tetap tinggi dan terpelihara. Hal ini merupakan realisasi etika ekonomi yang dianut oleh Islam seperti yang tercantum dalam surat Al-Baqarah: 283, yang berbunyi:

[16]M. Amin Aziz, *Mengembangkan Bank Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Penerbit Bangkit,1992), Jilid I, h. 26

[17]Izzudin Khatib At Tamimi, *Bisnis Islam*, (Jakarta: PT. Fikahati Aveska, 1992), h. 97

۞وَإِن كُنتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا۟ كَاتِبًا فَرِهَٰنٌ مَّقْبُوضَةٌ ۖ فَإِنْ أَمِنَ
بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ ٱلَّذِى ٱؤْتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلْيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا۟
ٱلشَّهَٰدَةَ ۚ وَمَن يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٌ قَلْبُهُۥ ۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

٢٨٣

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.

c. Tidak Menipu

Dalam mempromosikan produk-produk BSM jangan secara berlebih-lebihan bahkan cenderung mengada-ngada, apalagi melakukan sumpah palsu yang menjurus kepada penipuan dengan tujuan agar masyarakat mau membeli atau meminta pembiayaan kepada lembaga tersebut. Itu merupakan hal yang harus dihindari oleh lembaga pembiayaan yang berlebel syariah karena perbuatan tersebut dilarang oleh ajaran Islam.

d. Menepati Janji

Sebagai lembaga yang menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana tersebut harus melakukan sesuai dengan perjanjian-perjanjian yang mereka buat diawal ketika calon nasabah menjadi nasabah BSM tersebut,

sebagaimana firmanAllah SWT memerintahkan agar setiap orang yang beriman dapat memenuhi perjanjian dengan Allah SWT dan dengan sesama manusia, sesuai dengan firman-Nya di dalam Al-Qur'an surat Al Maidah:1

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ ١

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman , penuhilah aqad-aqadmu itu... (Al-Maidah/5:1)

e. Murah Hati

Dalam memasarkan produk-produknya dengan murah hati dalam pengertian ramah tamah, sopan santun, murah senyum mutlak diperlukan. Karena hal tersebut sangat penting sebagai salah satu daya tarik dalam mendekati calon-calon nasabah atau pembeli, begitupun dengan lembaga pembiayaan syariah, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Annisa/4:86

وَإِذَا حُيِّيتُم بِتَحِيَّةٖ فَحَيُّواْ بِأَحۡسَنَ مِنۡهَآ أَوۡ رُدُّوهَآۗ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيۡءٍ حَسِيبًا ٨٦

Artinya:" apabila kamu dihormati dengan satu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik atau balaslah dengan hal yang serupa, sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu". (An-nisa/4: 86)

f. Tepat Waktu

Pihak manajemen permasaran harus memasarkan produk-produnya tersebut dengan memanfaatkan waktu seefesien dan seefektif mungkin dengan cara mencari waktu yang paling baik, agar usahanya benar-benar produktif dan menguntungkan, sehingga dapat menarik nasabah/pembeli baru dan mempertahankan pembeli /nasabah lama.

g. Empathy

Empathy adalah sikap cepat tanggap atau merasa, berfikir, bersikap, dan kalau perlu bertindak menanggapi suatu situasi, dimanapihak-pihak lain sedang berperan dalam kondisi maupun yang memiliki kaitan dengan ikhtiar-ikhtiar yang sedang kita lakukan. Sikap ini sangat penting bagi usahawan yang mempunyai berbagai macam masalah.[18]

F. Sosialisasi

Strategi pengembangan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri dilakukan dengan cara promosi melalui kegiatan sosialisasi terhadap masyarakat sekitar. kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan bertujuan untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai kegiatan usaha perbankan syariah kepada masyarakat, baik itu pengusaha, kalangan perbankan, maupun masyarakat lainnya. Upaya sosialisasi ini sangat penting mengingat masih sangat terbatasnya informasi mengenai

[18] Moh Rifai, *Konsep Perbankan Syariah*, (Semarang: Wicaksana, 2002), h.4

prinsip dan operasional bank syariah yang dimiliki masyarakat, bahkan dikalangan perbankan sekalipun.[19]

Ulama juga berperan dalam sosialisasi Perbankan Syariah. Ulama menduduki posisi penting dalam masyarakat Islam. Ulama tidak hanya sebagai figur ilmuwan yang menguasai dan memahami ajaran-ajaran agama, tetapi juga sebagai penggerak, motivator dan dinamisator terhadap warga masyarakat kearah pengembangan dan pembangunan umat. Ucapan ulama selalu menjadi pegangan dan pedoman. Ulama adalah pelita umat dan memiliki kharisma terhormat dalam masyarakat. Penerimaan atau penolakan warga masyarakat terhadap suatu gagasan, konsep atau program, banyak dipengaruhi oleh ulama.[20]

G. Dampak Sosialisasi Terhadap Peningkatan Nasabah

Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh melakukan sosialisasi melalui penggalangan dana Mesjid kepada masyarakat sekitar. Sosialisasi dilakukan di Mesjid Mukhlisin Payakumbuh. Bank Syariah Mandiri mempromosikan produk-produk yang ada di Bank tersebut kepada masyarakat untuk meningkatkan jumlah nasabah. Setelah Bank Syariah Mandiri KC Payakumbuh melakukan sosialisasi kepada masyarakat sekitar, maka terjadi dampak terhadap peningkatan nasabah di Bank Syariah Mandiri. Dimana banyak jama'ah yang menginvestasikan dananya kepada Bank Syariah Mandiri dan juga terjadi peningkatan transaksi di Bank Syariah Mandiri.

[19] Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani,2001). h. 232

[20] Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah,* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008). h.60

Bank Syariah Mandiri memberikan perangkat shalat sebagai tanda terima kasih, karena telah memberikan izin untuk melakukan sosialisasi melalui penggalangan dana di Mesjid Mukhlisin Payakumbuh.

BAB III

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

1. Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Krisis moneter dan ekonomi sejak tahun 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang dinominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Lahirnya Undang-undang No 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan. Pada Bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan Bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah.

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 penggabungan (*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.

PT Bank Syariah Mandiri berdiri di Kota Payakumbuh pada tanggal 14 April 2004 dengan segala kekurangan dan kelebihanya dengan harapan dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat Kota Payakumbuh serta membantu pemerintahan kota Payakumbuh.

Sebagaimana diketahui bahwa dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat sejalan dengan konsep dan perkembangan yang berlandaskan dengan landasan syariah yang dalam kaitannya

untuk mengembangkan suatu usaha, juga meningkatkan keahlian khususnya dalam bidang perekonomian.

Bank Syariah Mandiri merupakan suatu Bank yang mewujudkan suatu perkembangan ekonomi bersama masyarakat yang berlandaskan syariah dan juga berorientasi mencari laba untuk anggota dan lingkungan dalam perusahaan.[21]

2. Ruang Lingkup Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Konsep dasar dari system operasional pembiayaan Bank Syariah Mandiri selalu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Falsafah dasar dari transaksi ekonomi antara pihak-pihak yang terlibat dalam operasi bank berdasarkan syariah Islam adalah :

1) Efisiensi

Yaitu mengacu pada prinsip saling mendorong untuk berikhtiar mencampuri untung atau hasil sebesar mungkin dengan masukan-masukan yang diberikan.

[21] Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

2) Keadilan

Yaitu mengacu pada hubungan yang tidak menzalimi. Mengikhlaskan antara pihak-pihak yang terlibat dengan perjanjian pembagian keuntungan (margin) yang telah disepakati bersama.

3) Kebersamaan

Yaitu mengacu pada prinsip saling menawarkan bantuan-bantuan dan nasehat untuk saling meningkatkan produktifitas[22]

3. Visi Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Visi : Bank syariah terdepan dan modern(the leading & modern sharia Bank)

Bank syariah terdepan : Menjadi Bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

Bank syariah modern : Menjadi Bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

4. Misi Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Misi :

a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.

[22] Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.[23]

B. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

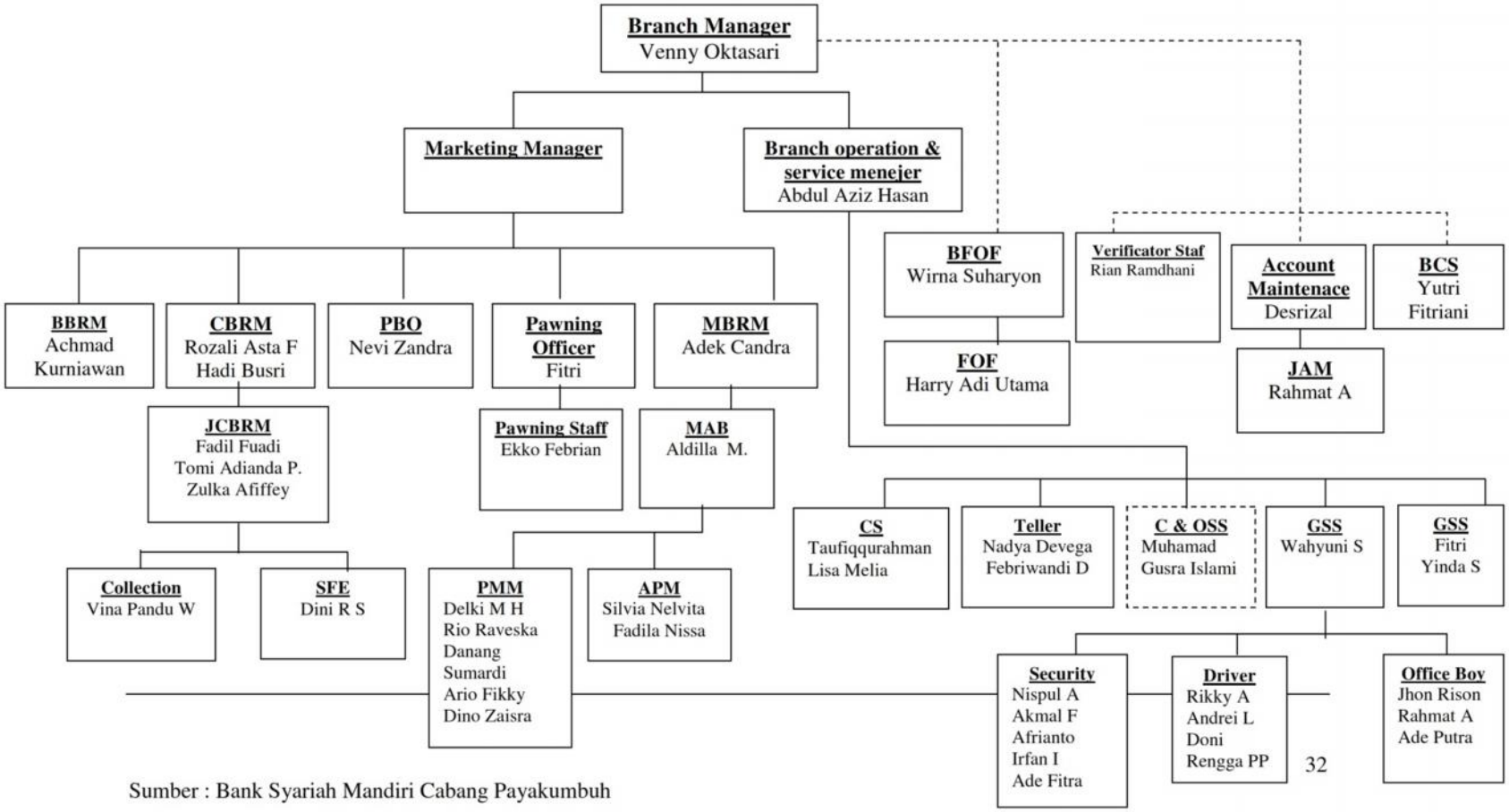
1. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Didalam sebuah instansi atau lembaga keuangan khusunya pada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh, struktur organisasi mempunyai arti yang sangat penting agar pelaksanaan kegiatan maupun tugas dapat berjalan dengan baik dan lancar, sesuai dengan hierarki dari masing-masing unsur agar dapat berjalan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing jabatan. Berikut ini adalah struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

[23] Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Gambar 3.1

STUKTUR ORGANISASI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PAYAKUMBUH



Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

2. Uraian Tugas PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Mengacu pada struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Payakumbuh maka pembagian tugas masing-masing personil sesuai bidang atau seksi yang ditempati dari struktur adalah:

1) Kepala Cabang

Bertujuan Menggelola operasional cabang berdasarkan system syariah secara efektif dan efesien untuk tercapainya:

a. Target operasional yang meliputi penghimpunan dana, penyaluran pembiayaab, jasa-jasa, hasil usaha, dan kualitas aktiva produktif.
b. Pemberian pembiayaan yang aman, sesuai kebutuhan nasabah dan menghasilkan.
c. pelayanan yang prima kepada nasabah (c*ostumer service)*

2) Manajer Pemasaran

Bertugas membantu Pimpinan Cabang dalam melaksanakan Operasional Cabang di bidang pemasaran berdasarkan sistim syariah dan ketentuan yang berlaku secara efektif dan efisien, untuk tercapainya :

a. Terlaksananya kegiatan pemasaran produk dan jasa-jasa bank kepada masyarakat diwilayah kerjanya.
b. Target operasional cabang yang meliputi : penghimpunan dana, penyaluran pembiayaan, jasa-jasa, hasil usaha, dan kualitas aktiva produktif.

c. Terlaksananya pemberian pembiayaan yang aman dan sesuai kebutuhan nasabah.
d. Terlaksananya pelayanan yang prima terhadap nasabah / investor (custamer satisfaction).

Ringkasan Tugas :

a. Mengelola secara optimal sumber daya Bidang Pemasaran agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang.
b. Membuat rencana kerja (RKAP) tahunan bidang pendanaan, pembiayaan, jasa-jasa dan hasil usaha.
c. Memonitor realisasi target operasional cabang serta menetapkan upaya-upaya pencapaiannya.
d. Melaksanakan strategi pemasaran produk bank guna mencapai tingkat volume/sasaran yang telah ditetapkan baik pembiayaan, pendanaan maupun jasa-jasa.
e. Melakukan review atas proses pemberian pembiayaan dengan penekanan kepada upaya antisipasi risiko pembiayaan.
f. Review prasyarat/syarat dalam Surat Penegasan Persetujuan Pembiayaan (SP3) telah sesuai dengan yang diputuskan komite pembiayaan Cabang/kantor pusat.
g. Review Akad pembiayaan dan Surat Sanggup telah sesuai dengan yang dipersyaratkan dalam SP3.
h. Memonitor ketertiban penyelenggaraan file dokumen yang dilakukan bawahannya.

i. Melakukan pemantauan terhadap Kualitas Aktiva Produktif dan mengupayakan pencapaian kolektibilitas lancar minimal sama dengan target yang telah ditetapkan Direksi.

3) Manajer Operasi

Tujuan Tugas :

Membantu Pimpinan Cabang dalam mengelola dan melaksanakan operasional cabang secara efektif dan efisien dibidang operasi berdasarkan sistim syariah dan ketentuan yang berlaku untuk tercapainya :

a. Target Operasional Cabang yang meliputi penghimpunan dana, pembiayaan, hasil usaha, jasa-jasa dan Kualitas Aktiva Produktif.
b. Kelancaran pelayanan kepada nasabah atau investor.
c. Administrasi/akuntansi secara benar.
d. Ketepatan dalam pelaporan baik kepada kantor pusat maupun pihak ekstern.

Ringkasan Tugas :

a. Mengelola secara optimal sumber daya bidang operasi agar dapat mendukung kelancaran operasional cabang.
b. Membuat rencana dan sasaran kerja tahunan ncabang dibidang operasi.
c. Melakukan pengecekan pemenuhan prasyarat/syarat pembiayaan berdasarkan surat penegasan persetujuan pembiayaan (SP3) dan Akad pembiayaan.

d. Memberikan rekomendasi disetujui/ditundanya pencairan pembiayaan yang telah dilakukan .
e. Melakukan pemantauan terhadap Kualitas Aktiva Produktif dan menginformasikan hasilnya kepada Pimpinan cabang serta Manajer Pemasaran.
f. Mengkoordinir pelaksanaan administrasi pembiayaan dan pelaporannya.
g. Mengusulkan penyempurnaan pedomal operasional bank atau ketentuan lainnya kepada pimpinan cabang.

4) Analisis Officer

Tujuan Tugas :

a. Pembinaan pembiayaan yang aman dan sesuai kebutuhan nasabah.
b. Tercapainya target operasional yang ditetapkan oleh Kepala Cabang.
c. Terciptanya pelayanan yang prima kepada nasabah maupun investor.

Ringkasan Tugas :

a. Membantu Manajer Pemasaran dalam menetapkan Rencana Kerja (RKAP) Tahunan bidang pembiayaan.
b. Membuat Nota Analisa Pembiayaan.
c. Mempersiapkan dokumen pembiayaan yang telah diputuskan.

d. Memeriksa kelengkapan dokumen sebelum fasilitas pembiayaan dicairkan.
e. Bersama-sama dengan anggota komite pembiayaan lainnya memutuskan pembiayaan sesuai dengan batas wewenangnya.
f. Melakukan monitoring atas masa berlakunya legalitas usaha nasabah, asuransi, dan hak atas jaminan yang diterima.

5) Administrasi Pembiayaan

Tujuan Tugas :

a. Terselenggaranya monitoring pembiayaan denga tertib.
b. Terselenggaranya penyimpanan legal dokumen pembiayaan dengan tertib dan aman.
c. Terlaksananya pencairan pembiayaan dengan aman.
d. Pembuatan/penyampaian laporan pembiayaan dengan benar dan tepat waktu.

Ringkasan Tugas :

a. Melakukan pengecekan kelengkapan pemenuhan dokumen pembiayaan sebelum fasilitas dicairkan berdasrkan prasyarat/syarat yang telah disepakati.
b. Monitoring ketertiban pelaksanaan pembayaran kewajiban nasabah.
c. Melakukan administrasi jaminan pembiayaan.

d. Monitoring kewajiban nasabah yang telah jatuh tempo untuk diinformasikan kepada manajer Operasi dan diteruskan kepada Manager Pemasaran untuk ditindak lanjuti.

6) Teller

Tujuan Tugas :

a. Terselenggaranya pelayanan bidang kas secara benar dan cepat.
b. Terkelolanya persediaan uang tunai secara efektif dan efisien.
c. Tercatatnya (dibuku) secara benar mutasi kas.

Ringkasan Tugas :

a. Melayani penyetoran tunai maupun non tunai dengan benar dan cepat.
b. Melayani penarikan tunai dan non tunai dengan benar dan cepat dengan memperhatikan batas wewenang yang dimiliki.
c. Menyerahkan cek/bilyet giro, slip penarikan serta bloter kepada Manajer Operasi untuk diperiksa.
d. Menyortir dan mempersiapkan bundelan uang tunai yang akan dilabel
e. Mengkompilasi daftar penerimaan dan pengeluaran kas, menghitung saldo kas akhir hari dan mencocokkan dengan jumlah fisik saldo uang tunai yang ada dalam bax-nya sendiri.

7) Pelaksana Operasi-Petugas Administrasi (Transfer)

Tujuan Tugas :

a. Terlaksananya pelayanan transfer secara cepat dan benar.

b. Tercapainya kepuasan nasabah/investor.

Ringkasan Tugas :

a. Melaksanakan pemeriksaan ulang atas semua transaksi keluar/masuk maupun Nota Debet keluar/masuk setiap akhir hari.
b. Menata usahakan persediaan blangko Nota Kredit/nota Debet.
c. Memeriksa kebenaran/kebocoran antara pisik blangko Nota Kredit/Nota debet dengan kartu persediaan.
d. Menfile berkas-berkas transfer (copy Nota Kredit/Debet atau aplikasi trasfer)
e. Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang ditunjuk oleh atasan.

8) Pelaksana Umum (Logistik)

Tujuan Tugas :

a. Terlaksananya pengadaan dan pendistribusian persediaan kebutuhan kantor berupa alat tulis, barang cetakan, peralatan/kebutuhan kantor.
b. Menginventarisasi, Membukukan, dan memelihara keutuhan barang, bangunan,dan peralatan milik kantor atau yang menjadi tanggung jawab kantor.

Ringkasan Tugas :

a. Mengadministrasi pengadaan peralatan/perlengkapan kantor yang telah mendapatkan persetujuan Kepala Cabang atau Pejabat berwenang.

b. Menerima dan mengadministrasikan persediaan barang kebutuhan kantor.
c. Melaksanakan pemeliharaan dan perbaikan peralatan, perlengkapan kantor, kendaraan dinas, dan harta Bank lainnya.
d. Mengadministrasikan Harta tetap Bank baik sewa maupun milik sendiri.
e. Melaksanakan pemeliharaan Harta tetap Bank baik sewa maupun milik sendiri.
f. Mengkoordinir pelaksanaan kebersihan cabang.
g. Mengadministrasikan/mencatat dan memonitor pengeluaran biaya-biaya yang berkaitan dengan logistic.

9) Customer Service

Tujuan Tugas:

a. Terselenggaranya pemasaran produk Bank syariah mandiri kepada masyarakat.
b. Terselenggara kecepatan dan ketepatan pelayanan kepada nasabah maupun investor.

Ringkasan Tugas:

a. Memberikan penjelasan kepada nasabah/calon nasabah atau investor mengenai produk Bank Syariah Mandiri, berikut syarat-syarat maupun tata cara prosedurnya.
b. Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan ,sesuai permohonan investor.

c. Melayani permintaan buku cek/bilyet giro.

d. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran (*stop payment)* baik rekeng giro maupun tabungan.

e. Melayani penutupan rekening giro baik atas permintaan investor sendiri, karena ketentuan bank (yang telah disepakati investor) maupun mkarena peraturan Bank Indonesia.

f. Melayani permohonan penerbitan dan pencairan deposito berjangka dari investor. Dan lain-lain.[24]

C. Produk-Produk Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

1. Produk Pendanaan

1) Giro BSM

Adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi,ah yad-dhmanah,*dan juga terdapat beberapa dari giro Bank Syariah Mandiri ini di antaranya *:giro valas,giro singapura dollar, giro euro semuanya mengunakan prinsip wadi,ah yad-dhma.*

2) Tabungan Simpatik

Adalah tabungan berdasarkan prinsip *wadi,ah* yang penarikanya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

[24] Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

3) Tabungan BSM

Adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas di buka di konter BSM atau melalui ATM.

4) Tabungan Berencana

Adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

5) Tabungan Ivestasi Cendikia

Adalah tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap *(installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

6) Tabungan Mabrur

Adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

7) TabunganKu

Adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara besama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam tabunganku ini juga terdapat beberapa bentuk, seperti: *tabungan mabrur, dan tabungan mabrur junior*.

8) Deposito BSM

Adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

9) Tabungan Kurban

Adalah media penyimpanan dana dalam bentuk tabungan di Bank yang di peruntukkan bagi masyarakat untuk merencanakan investasi kurban.

2. Produk Penyaluran Dana

1) Murabahah Modal Kerja (MRH-MK)

Adalah akad pembiayaan jual beli dengan ditambah margin yang diberikan untuk menjawab kebutuhan modal kerja bagi nasabah yang pembayarannya ditangguhkan atau cicilan.

2) Pembiayaan Modal Kerja Kontraktor

Adalah jenis pembiayaan yang saling menguntungkan dan fleksibel serta sesuai dengan perkembangan usaha.

3) Murabahah Investasi (MRH-IVN)

Adalah akad jual beli ditambah margin yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan investasi dari seorang nasabah, dengan pembayaran secara cicilan.

4) Murabahah Plus (MRH-PL)

Adalah akad jual beli plus margin yang bersaing untuk kebutuhan konsumtif seperti; renovasi rumah, pembelian kendaraan, dan lain-lain dengan pembayaran secara cicilan.

5) Jual Beli Istisna’

Adalah akad jual beli secara pesanan, dimana pembayaran yang dilakukan terhadap pembelian suatu barang dibayar secara cicilan oleh nasabah.

6) Pembiayaan IB Kepada Koperasi

Adalah suatu pembiayaan yang diberikan oleh pihak Bank kepada koperasi yang sifatnya saling menguntungkan, fleksibel dan sesuai dengan perkembangan usaha.

7) Pembiayaan Ijaroh Dan IMBT

Adalah Akad sewa beli dengan adanya opsi / pilihan bagi nasabah untuk merubah status objek sewaan menjadi kepemilikan atas dirinya.

8) Gadai Emas

Adalah suatu akad pembiayaan yang dilakukan dalam mengatasi kebutuhan dana yang sifatnya mendesak bagi nasabah.

3. Jasa Lainya

1) BSM Card

Adalah kartu yang diterbitkan oleh BSM dan memiliki fungsi utama yaitu sebagai kartu ATM, kartu debit dan sebagai kartu discount di merchant yang di tunjuk BSM.

2) BSM Mobile Banking

Adalah kenyamanan bertransaksi non tunai kapan saja dan dimana saja. Layanan transaksi perbankan ini melalui handphone berbasis GPRS.

3) BSM Net Banking

Adalah layanan transaksi perbankan non tunai melalui internet, cukup mengakses ke www.syariahmandiri,co.id.

4) BSM notifikasi

Adalah layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang di daftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau email.

5) BSM Call

Layanan transaksi perbankan non tunai cek saldo, mutasi rekening dan informasi produk melalui contact center, untuk bertransaksi hanya memerlukan biaya telepon lokak ke 14040 atau (021) 29534040

6) Wester Union

Adalah jasa pengiriman uang dari dan ke berbagai negara di dunia atau tanpa melalui Bank.

7) Tranfer

Adalah suatu kegiatan jasa Bank untuk memindahkan sejumblah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang

ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima.

8) Inkaso

Adalah sebuah layanan Bank untuk penagihan pembayaran atas surat/document berharga kepada pihak ketiga ditempat atau kota lain didalam negeri. Surat atau dokumen berharga yang dapat diproses adalah wesel, cek, bilyet giro, kuitansi, surat promes/aksep dan hadiah undian.

9) BSM RTGS (Real Time Gross Settlement)

Adalah jasa transfer uang valuta Rupiah antar Bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit.

10) Intercity Clearing

Adalah jasa penagihan *warkat* (cek/bilyet giro valuta rupiah) Bank diluar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

11) Jual Beli Valuta Asing

Adalah jual beli mata uang yang dapaat dipakai atau mudah diterima oleh banyak negara dalam perdagangan internasional.

12) Bank Garansi

Adalah jaminan pembayaran dari Bank yang diberikan kepada pihak penerima jaminan (bisa perorangan maupun perusahaan dan

biasa disebut Beneficiciary) apabila pihak yang dijamin (biasanya nasabah Bank penerbit dan disebut Applicant) tidak dapat memenuhi kewajiban atau cidera janji (Wanprestasi)[25]

D. Dampak Sosialisasi Produk Perbankan Terhadap Peningkatan Jumblah Nasabah

Untuk mempertahankan dan juga untuk meningkatkan suatu usaha butuh strategi dalam pemasarannya. Maka dari itu banyak pengusaha maupun lembaga keuangan salah satunya pada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh yang menerapkan strategi dalam memasarkan produknya agar tercapai tujuan yang telah ditetapkan pada lembaga keuangan. Begitu pula untuk mengetahui suatu efektifitas dalam pemasarannya pada periode waktu tertentu. Strategi pemasaran yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh adalah BSM melakukan sosialisasi produk-produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid untuk meningkatkan jumlah nasabah yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh tersebut.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang dilakukan penulis dengan salah satu karyawan Bank Syariah Mandiri cabang Payakumbuh bagian Funding yaitu kepala warung mikro Adek Candra didapat hasil sebagai berikut:

Strategi pemasaran yang digunakan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh adalah melalui sosialisasi produk perbankan di Masjid

[25] Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Mukhlisin Payakumbuh guna untuk memperkenalkan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh kepada masyarakat dalam rangka pelaksanaan program penggalangan dana Mesjid dari pusat, mengembangkan ekonomi syariah dan juga merangkul dana-dana Mesjid yang ada di Payakumbuh.

Sosialisasi produk perbankan dilaksanakan pada hari Jumat tanggal 26 Februari 2016 di Mesjid Mukhlisin Payakumbuh, sosialisasi dilakukan selama 2 hari, yang mana teknik sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri yaitu dengan cara :

1. Melakukan pendekatan personal kepada pengurus Mesjid dengan cara berdialog langsung dan dari hasil dialog ditemukan solusi dan langkah-langkah apa yang dilakukan untuk melakukan sosialisasi di Mesjid Mukhlisin Payakumbuh.
2. Melakukan sosialisasi pada saat wirid, habis sholat jumat dan juga waktu-waktu dimana Mesjid Mukhlisin banyak jamaah yang berdatangan ke Mesjid.
3. Dengan membuka giral dipelantaran parkir Mesjid sehingga bisa berdialog langsung dengan calon nasabah supaya bisa mengajak langsung calon nasabah untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.
4. Melakukan sosialisasi secara langsung kepada jamaah yakni berdialog dengan jamaah Mesjid setelah sholat jumat dan wirid.

5. Memasang beberapa spanduk-spanduk Bank Syariah Mandiri di perkarangan Mesjid.
6. Terakhirnya memberikan beberapa alat sholat kepada Masjid atas dasar ucapan terima kasih karena telah memberi izin Bank Syariah Mandiri melakukan sosialisasi di Masjid Mukhlisin Payakumbuh.

Produk-produk yang disosialisasikan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh kepada masyarakat sekitar adalah sebagai berikut :

1. Tabungan
2. Pembiayaan mikro
3. Deposito
4. Haji dan umrah
5. Gadai emas dan cicil emas

Dalam pelaksanaan sosialisasi produk perbankan, ada periode pelaksanaanya yaitu minggu kedua setiap bulannya mulai dari bulan januari sampai dengan bulan juni baik setelah sholat jumat dan juga setelah wirid pengajian.

Sosialisasi diberikan kepada pengurus Mesjid, jamaah, dan masyarakat sekitar. Sosialisasi produk perbankan tersebut yang melaksanakan adalah pegawai Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dari beberapa unit yaitu : Mikro, gadai, dan bagian tabungan. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh bukan hanya sosialisasi produk perbankan saja yang dilakukan tetapi ada sosialisasi yang lain diantaranya : sosialisasi

pensiunan, gadai emas, umrah, pembiayaan mikro, implan (sk), dan juga grebek dipasar.[26]

Dalam melakukan sosialisasi kepada masyarakat sekitar, Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh mengalami beberapa dampak yang ditimbulkan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Dampak sosialisasi produk perbankan terhadap peningkatan jumlah nasabah dapat terlihat pada tabel berikut :

Tabel. 3.1

Peningkatan Jumlah Nasabah

NO	TAHUN	JUMLAH NASABAH (ORANG)	PENINGKATAN (%)
1	2011	2200	-
2	2012	2400	9
3	2013	2700	13
4	2014	3100	15
5	2015	3550	15

Sumber : Karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Dari tabel diatas terlihat jelas peningkatan jumlah nasabah yang terjadi di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2015. Peningkatan jumlah nasabah yang terjadi di

[26] Hasil wawancara dengan Adek Candra, tanggal 30 juni 2016, di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Bank Syariah Mandiri berubah setiap tahun yaitu dari tahun 2011 sampai tahun 2012 peningkatan jumlah nasabah hanya sebesar 9%, dari tahun 2011 sampai tahun 2013 peningkatan jumlah nasabah sebesar 13%, dari tahun 2013 sampai tahun 2014 peningkatan jumlah nasabah sebesar 15%, dan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2015 peningkatan jumlah nasabah sebesar 15%.

Tabel 3.2

Perbandingan Jumlah Nasabah dalam Melakukan Sosialisasi

	Sebelum	Sesudah
Jumlah Nasabah	3550 orang	4200 orang

Sumber : Karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Sebelum dilakukan sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid, jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh sebesar 3550 orang. Dan setelah dilakukannya sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar jumlah nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh sebanyak 4200 orang nasabah. Sangat terlihat jelas kenaikan jumlah nasabah yang terjadi di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh sebanyak 650 orang nasabah.[27]

Dalam melakukan sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid mempunyai dampak sebagai berikut :

[27] Hasil wawancara dengan Lisa Melia, tanggal 20 juli 2016, di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

1. Terjadinya peningkatan jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

   Peningkatan nasabah yang terjadi di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh ditandai dengan pembukaan rekening kas Mesjid, penggalangan dana masyarakat atau pengusaha sekitar Mesjid dan juga pemberian pembiayaan kepada pengusaha-pengusaha yang ada disekitar Kota Payakumbuh.

   Meningkatnya pelayanan karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh kepada nasabah dan juga kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh ditandai dengan kepuasan masyarakat dan nasabah dengan pelayanan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

2. Meningkatnya portofolio pendanaan dan pembiayaan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

   Meningkatnya portofolio pendanaan dan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh ditandai dengan pendanaan yang awalnya sedikit setelah dilakukan sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh sekarang pendanaan yang terjadi di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh meningkat

   Pembiayaan yang awalnya hanya beberapa nasabah yang meminta pembiayaan kepada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh setelah Bank Syariah Mandiri melakukan sosialisasi produk perbankan sekarang banyak masyarakat dan juga pengusaha-pengusaha yang

meminta pembiayaan kepada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh untuk modal usaha dan meningkatkan usahanya.

3. Meningkatnya kepedulian kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh.

   Meningkatnya kepedulian Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh kepada masyarakat didalam bidang ibadah berupa pemberian seperangkat alat sholat dan Alqur'an dan tidan lupa juga Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melakukan kerja bakti bersama masyarakat yang bertujuan untuk membersihkan tempat berwuduk (mck), halaman Mesjid dan beserta ruangan dalam Mesjid.

   Biasanya aktivitas masyarakat sekitar Mesjid banyak yang kurang peduli dengan kebersihan Mesjid tetapi setelah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melakukan program sosialisasi produk perbankan dengan ikut membersihkan tempat berwuduk (mck), halaman Mesjid dan ruangan dalam Mesjid sekarang banyak masyarakat sekitar Mesjid yang peduli dengan kebersihan Mesjid dan lingkungan Mesjid yang ada di Kota Payakumbuh.

4. Terjadinya perkembangan ekonomi syariah di wilayah Payakumbuh dan sekitarnya.

   Terjadinya perkembangan ekonomi syariah di wilayah Kota Payakumbuh dan sekitarnyaditandai dengan banyaknya pengusaha-pengusahabaik sekala mikro atau menengah yang menyimpan

dananyadi Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh yang bertujuan untuk tabungan masa depan bagi si Penabung.

Biasanya banyak masyarakat sekitar Kota Payakumbuh yang menyimpan dananya di Bank Konvensional. Setelah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melakukan program sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh. Sekarang, banyak masyarakat dan juga pengusaha yang menyimpan dananya di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

5. Banyak masyarakat mengetahui bahwa Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh beroperasi secara prinsip syariah.

   Sebelum Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melakukan program sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh banyak masyarakat yang kurang mengetahui bahwa ada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh yang beroperasi secara prinsip syariah di Kota Payakumbuh. Setelah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melakukan program sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh, sekarang banyak masyarakat yang mengetahui bahwa ada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh yang beroperasi secara prinsip syariah di Kota Payakumbuh.

   Dan juga sebelum Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melakukan program sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh banyak masyarakat yang kurang mengetahui

tentang produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh tersebut. setelah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melakukan program sosialisasi produk perbankan kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh sekarang sudah banyak masyarakat sekitar Kota Payakumbuh mengetahui tentang produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.[28]

Jadi, menurut persepsi penulis bahwa strategi, metode, ataupun cara memasarkan produk perbankan yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh melalui sosialisasi produk perbankan sangat baik digunakan untuk meningkatkan jumblah nasabah karena sosialisasi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri memberikan dampak yang baik atau dampak yang positif untuk mempertahankan dan meningkatkan kelangsungan suatu usaha lembaga keuangan ditandai dengan pembukaan rekening kas Mesjid maupun penggalangan dana masyarakat atau pengusaha sekitar Mesjid dan sekitar Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh bahkan pemberian pembiayaan kepada pengusaha-pengusaha yang ada disekitar kota Payakumbuh.

[28] Hasil wawancara dengan Adek Candra, tanggal 30 juni 2016, di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh maka dapat kemukakan kesimpulan yaitu bahwa dampak sosialisasi produk perbankan melalui penggalangan dana Mesjid sebagai berikut :

1. Terjadinya peningkatan jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dari sebelum sosialisasi jumlah nasabah 3550 orang dan setelah sosialisasi jumlah nasabah naik sebanyak 650 orang nasabah dan sekarang jumlah nasabah adalah 4200 orang.
2. Meningkatnya portofolio pendanaan dan pembiayaan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh ditandai dengan pendanaan dan pembiayaan yang awalnya sedikit setelah dilakukan sosialisasi sekarang pendanaan dan pembiayaan yang terjadi di Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh meningkat.
3. Meningkatnya kepedulian kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh yang pada mulanya karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh kurang peduli dengan masyarakat. Setelah dilakukannya sosialisasi sekarang karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh banyak yang peduli dengan masyarakat ditandai dengan ikut membersihkan tempat berwuduk (mck), halaman Mesjid dan beserta ruangan dalam Mesjid.

4. Terjadinya perkembangan ekonomi syariah di Wilayah Payakumbuh dan sekitarnya ditandai dengan masyarakat Payakumbuh banyak yang menggunakan jasa Bank Konvensional dahulunya. Setelah dilakukan sosialisasi masyarakat kota Payakumbuh banyak yang menggunakan jasa Bank Syariah.
5. Banyak masyarakat sekitar Kota Payakumbuh mengetahui bahwa ada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh beroperasi secara prinsip syariah dimana masyarakat sekitar kurang mengetahui tentang Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dan setelah dilakukan sosialisasi sekarang masyarakat sekitar banyak yang mengetahui tentang Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dan produk-produknya.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Untuk menarik masyarakat agar menjadi nasabah, maka sosialisasi dan promoso harus gencar dilakukan baik secara tertulis maupun secara langsung, selain itu Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh juga harus tetap meningkatkan pelayanan yang prima, melengapi fasilitas yang memadai.
2. Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh lebih meningkatkan hubungan dengan pihak-pihak terkaityang bermanfaat bagi laju perkembangan Bank.

3. Produk-produk yang ditawarkan hendaknya memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh lembaga keuangan lain baik itu menyangkut kualitas maupun bagi hasilnya.
4. Agar dapat bersaing dipasar persaingan yang semakin kompetitif hendaknya Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh mampu memprediksi peluang-peluang yang bisa dimanfaatkan oleh Bank dan selalu melakukan inovasi-inovasi produk yang mempunyai nilai jual tinggi.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Ali Zainuddin. 2008. *Hukum Perbankan Syariah,* Jakarta: Sinar Grafika.

Antonio Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik,* Jakarta: Gema Insani.

Aziz M. Amin. 1992. *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia,* Jakarta: Penerbit Bangkit.

Chapra Umer dan Tariqullah Khan. 2008. *Regulasi dan Pengawasan Bank Syariah,* Jakarta: Bumi Aksara

Danupranata Gita. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah,* Jakarta: Salemba Empat.

Dendawijaya Lukman. 2009. *Manajemen Perbankan,* Bogor: Ghalia Indonesia.

Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahannya

Firdaus Muhammad N,dkk. 2005. *Dasar dan Strategi Pemasaran Syariah*, Jakarta: Renaisan

Hasibuan Malayu S.P. 2011. *Dasar-dasar perbankan,* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Hasil wawancara dengan Adek Candra dan Lisa Melia (karyawan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh) tanggal 30 Juni 2016

http://asisnur.wordpress.com/2014/12/22/mengembangkan pemasaran-syariah/ diakses pada 20 maret 2016 pukul 12:28

http://www.duniapelajar.com/2014/08/08/pengertian-peningkatan-menurut-para-ahli akses:20-maret-2016, jam:19:00

Kotler Philip. 2003. *Marketing Insights From A to Z,* Jakarta: Erlangga.

Kotler Philib dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran,* Jakarta: Erlangga.

Rifai Moh. 2002. *Konsep Perbankan Syariah*, Semarang: Wicaksana.

Saladin. 1994. *Kamus Perbankan,* Bandung: Pustaka Grafik.

Santosa Iman. 2011. *Sosiologi The Key Concepts*, Jakarta: Rajawali Pers.

Stanto William J. 1991. *Prinsip Pemasaran,* Jakarta: Erlangga.

Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh

Tamimi Izzudi Khatib At. 1992. *Bisnis Islam*, Jakarta: PT Fika Hari Aveska.

DAFTAR PERTANYAAN

1. Bagaimana dampak sosialisasi produk perbankan terhadap peningkatan jumlah nasabah ?
   Jawaban :
   a. Terjadinya peningkatan jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.
   b. Meningkatnya portofolio pendanaan dan pembiayaan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh.
   c. Meningkatnya kepedulian kepada masyarakat sekitar Kota Payakumbuh.
   d. Terjadinya perkembangan ekonomi syariah di wilayah Payakumbuh dan sekitarnya.
   e. Banyak masyarakat sekitar Kota Payakumbuh mengetahui bahwa ada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh beroperasi secara prinsip syariah.
2. Produk-produk apa sajakah yang disosialisasikan kepada masyarakat?
   Jawaban :
   a. Tabungan
   b. Pembiayaan mikro
   c. Deposito
   d. Haji dan umrah
   e. Gadai emas dan cicil emas

3. Dimana tempat dan kapan waktu dilakukan sosialisasi tersebut ?
   Jawaban : Dilakukan di Mesjid Mukhlisin Payakumbuh pada hari Jumat tanggal 26 Februari 2016.
4. Berapa lama sosialisasi tersebut dilakukan ?
   Jawaban : Dilakukan selama 2 hari
5. Kepada siapa saja dilakukan sosialisasi tersebut ?
   Jawaban : Kepada pengurus Mesjid, jamaah, dan masyarakat sekitar.
6. Apa kegunaan sosialisasi tersebut ?
   Jawaban : Untuk memperkenalkan Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh kepada masyarakat dalam rangka pelaksanaan program penggalangan dana Mesjid dari pusat, mengembangkan ekonomi syariah dan juga merangkul dana-dana Mesjid yang ada di Payakumbuh.
7. Siapa saja yang melakukan sosialisasi tersebut ?
   Jawaban : Yang melakukan adalah pegawai Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh dari beberapa unit yaitu : Mikro, gadai, dan bagian tabungan
8. Bagaimana teknik sosialisasi yang dilakukan ?
   Jawaban :

a. Melakukan pendekatan personal kepada pengurus Mesjid dengan cara berdialog langsung dan dari hasil dialog ditemukan solusi dan langkah-langkah apa yang dilakukan untuk melakukan sosialisasi di Mesjid Mukhlisin Payakumbuh.
b. Melakukan sosialisasi pada saat wirid, habis sholat jumat dan juga waktu-waktu dimana Mesjid Mukhlisin banyak jamaah yang berdatangan ke Mesjid.
c. Dengan membuka giral dipelantaran parkir Mesjid sehingga bisa berdialog langsung dengan calon nasabah supaya bisa mengajak langsung calon nasabah untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri.
d. Melakukan sosialisasi secara langsung kepada jamaah yakni berdialog dengan jamaah Mesjid setelah sholat jumat dan wirid.
e. Memasang beberapa spanduk-spanduk Bank Syariah Mandiri di perkarangan Mesjid.
f. Terakhirnya memberikan beberapa alat sholat kepada Masjid atas dasar ucapan terima kasih karena telah memberi izin Bank Syariah Mandiri melakukan sosialisasi di Masjid Mukhlisin Payakumbuh.

9. Adakah priode pelaksanaan sosialisasi tersebut ?
   Jawaban : Ada, periode pelaksanaanya yaitu minggu kedua setiap bulannya mulai dari bulan januari sampai dengan bulan juni baik setelah sholat jumat dan juga setelah wirid pengajian.
10. Apakah sosialisasi penggalangan dana Mesjid saja yang dilakukan atau ada sosialisasi yang lainnya ?
    Jawaban : Ada, sosialisasi yang lain diantaranya : sosialisasi pensiunan, gadai emas, umrah, pembiayaan mikro, implan (sk), dan juga grebek dipasar.

Payakumbuh, 30 Juni 2016
Narasumber,

Adek Candra

DAFTAR PERTANYAAN

1. Berapa peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun ?
   Jawaban :
   a. Pada tahun 2011 jumlah nasabah 2200 orang
   b. Pada tahun 2012 jumlah nasabah 2400 orang meningkat sebesar 9%
   c. Pada tahun 2013 jumlah nasabah 2700 orang meningkat sebesar 13%
   d. Pada tahun 2014 jumlah nasabah 3100 orang meningkat sebesar 15%
   e. Pada tahun 2015 jumlah nasabah 3550 orang meningkat sebesar 15%
2. Apakah meningkat jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh setelah dilakukan sosialisasi dan penggalangan dana di Mesjid?
   Jawaban : Iya, peningkatannya sebanyak 650 orang nasabah. Sekarang jumlah nasabah sebanyaak 4200 orang.
3. Adakah data tentang peningkatan jumlah nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Payakumbuh ?
   Jawaban : Ada, tapi kalau datanya tidak bisa diberikan karena sudah peraturan dari pusat, kalau mau datanya harus mintak izin dulu sama pusat dan waktunya lumayan lama kira-kira 3 hari. Dan kalau ingin cepat bisa diberikan data secara lisan tidak tulisan.

Payakumbuh, 20 Juli 2016
Narasumber,

Lisa Melia

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : **MUHAMMAD ZAKI**

Tempat/Tgl Lahir : Tanjung Pati/6 Juni 1993

Agama : Islam

Alamat :Jorong Air Putih Kenagarian Sarilamak Kec. Harau Kab. 50 Kota.

Orang Tua:

1. **Ayah**

   Nama **: SAFRI**

   Pekerjaan : Tani

   Alamat : Jorong Air Putih Kenagarian Sarilamak Kec. Harau Kab. 50 Kota.

   Ibu

   Nama : **ROSNA**

   Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

   Alamat : Jorong Air Putih Kenagarian Sarilamak Kec. Harau Kab. 50 Kota.

Latar Belakang Pendidikan:

2007 : SDN 08 Sarilamak Kec. Harau Kab. 50 Kota

2010 : SMP N 03 Kec. Harau Kab. 50 Kota

2013 :SMA N 01 Kec. Harau Kab. 50 Kota

2016 : IAIN BUKITTINGGI