

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO
MUDHARABAH DI KANTOR LAYANAN
SYARIAH BANK SULSELBAR
CABANG PAREPARE**



OLEH

**YUNITA
NIM: 15.2300.082**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2023

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO
MUDHARABAH DI KANTOR LAYANAN
SYARIAH BANK SULSELBAR
CABANG PAREPARE**



OLEH

**YUNITA
NIM: 15.2300.082**

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2023

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Deposito
Mudharabah di Kantor Layanan Syariah
Bank SulSelBar Cabang Parepare

Nama Mahasiswa : Yunita

Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.082

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : B.27/In.39/Febi/01/2019

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : I Nyoman Budiono, M.M.
NIP : 2015066907

Pembimbing Pendamping : Dr. Nurfadillah, S.E., M.M.
NIP : 19890608 201903 2 015



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Deposito
Mudharabah di Kantor Layanan Syariah
Bank SulSelBar Cabang Parepare

Nama Mahasiswa : Yunita

Nomor Induk Mahasiswa : 15.2300.082

Program Studi : Perbankan Syariah

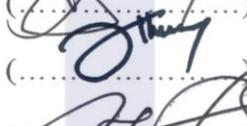
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

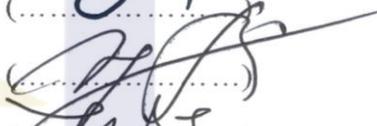
Dasar Penetapan Pembimbing : B.27/In.39/Febi/01/2019

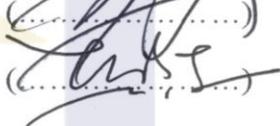
Tanggal Kelulusan : 13 Februari 2023

Disahkan oleh Komisi Penguji

I Nyoman Budiono, M.M. : (Ketua) 

Dr. Nurfadillah, S.E., M.M. : (Sekretaris) 

Dr. Zainal Said, M.H. : (Anggota) 

Dr. Andi Bahri, S. M.E., M.Fil.I. : (Anggota) 

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda Rahman dan Ibunda Warda serta Suami tercinta Wahyu Kamaruddin dimana dengan bantuan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak I Nyoman Budiono, M.M. dan Dr. Nurfadillah, M.M. selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag., sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag., sebagai “Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Bapak/Ibu, Saudara dan Saudari Direktur dan Karyawan Bank SulSelBar Cabang Parepare.

5. Kemudian, terima kasih kepada saudara, teman-teman dan kerabat yang telah memberikan dukungan serta doa kepada penulis.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

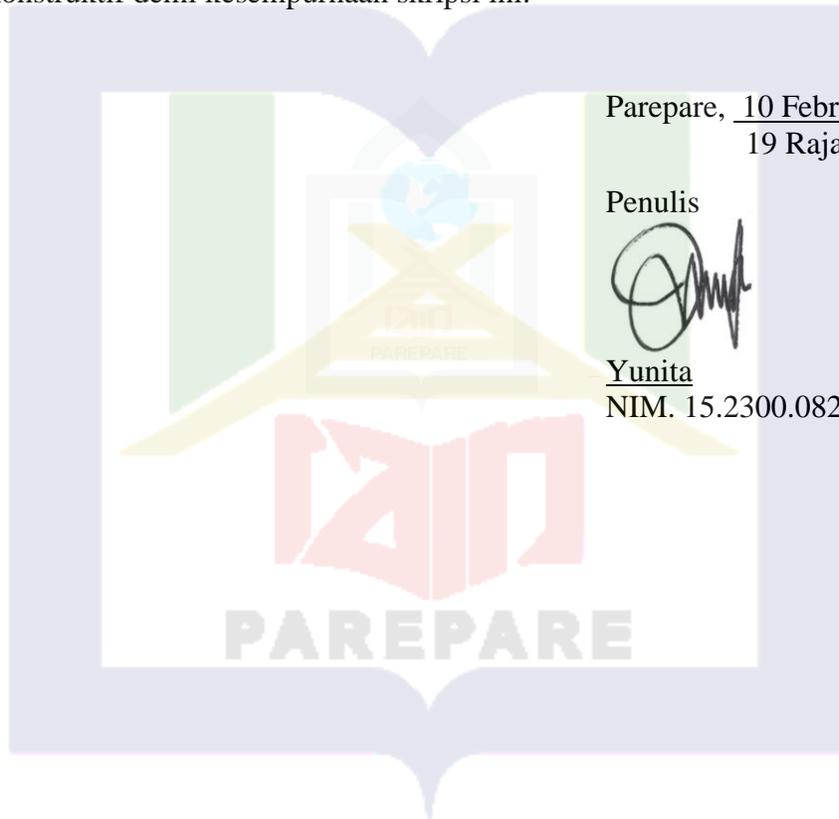
Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 10 Februari 2023 M
19 Rajab 1444 H

Penulis



Yunita
NIM. 15.2300.082



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Yunita
NIM : 15.2300.082
Tempat/Tgl. Lahir : Paccoka, 4 Juni 1996
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 10 Februari 2023
Penyusun,



Yunita
NIM. 15.2300.082

ABSTRAK

Yunita. Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare (dibimbing oleh I Nyoman Budiono dan Nurfadillah)

Sistem syariah menjadi solusi terbaik permasalahan ekonomi yang dihadapi bangsa ini. Kondisi tersebut dihadapkan dengan dualisme antara penerapan sistem syariah dengan sistem ekonomi konvensional yang telah lama dijalankan di Indonesia. Tantangan lain yang dihadapi sistem keuangan Islam mulai dari segi teoritis, operasional dan implementasi. Bank SulSelBar Cabang Parepare sebagai lembaga keuangan atau jasa keuangan publik dengan berbagai produk dan layanan yang diberikan masih mampu bertahan sampai saat ini dan masih dibutuhkan oleh masyarakat khususnya di Kota Parepare. Salah satu produk yang masih ditawarkan yaitu produk deposito mudharabah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare dan langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelBar Cabang Parepare.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Informasi yang diperoleh lapangan kemudian dianalisis mulai dari tahap pengumpulan data, penyajian, reduksi data, uji silang (trianggulasi sumber, metode dan waktu) dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: 1) Strategi pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare yaitu dengan menerapkan strategi *marketing mix 7P*, yaitu *products, price, promotions, place, people, process*, dan *physical evidence*. 2) Langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelBar Cabang Parepare, antara lain melakukan inovasi produk dan layanan, melakukan pemasaran secara konvensional maupun menggunakan media sosial, menggunakan pedoman Fatwa DSN-MUI dalam melakukan pengelolaan dana, bekerjasama sama dengan lembaga-lembaga syariah, kampus dan pemerintah daerah Kota Parepare dan berbagai fitur-fitur dan manfaat yang didapatkan dengan berinvestasi di Bank SulSelbar Cabang Parepare.

Rekomendasi yang diberikan penulis yaitu dalam upaya pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare maka langkah strategis yang dapat dilakukan dengan meningkatkan promosi dan sosialisasi terhadap produk-produk, peningkatan SDM, inovasi produk dan layanan, pengembangan jaringan kantor dan peningkata kerjasama dengan instansi lain.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk, Deposito, Mudharabah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUTSAKA	
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
B. Tinjauan Teori	10
1. <i>Strategi Pemasaran</i>	10
2. <i>Deposito Mudharabah</i>	19
C. Kerangka Konseptual	22
D. Kerangka Pikir	24
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
C. Fokus Penelitian	27

D. Jenis dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	28
F. Uji Keabsahan Data	30
G. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	35
B. Pembahasan	50
1. Strategi pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare	50
2. Langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelBar Cabang Parepare	52
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	63
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	68
BIOGRAFI PENULIS	83

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	25
4.1	Kunjungan Karyawan Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare di Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada (AMSIR Parepare)	43
4.2	Akun Instagram Bank SulSelBar Cabang Parepare	45
4.3	Logo Bank SulSelBar	47
4.4	Gedung Bank SulSelBar Cabang Parepare	47



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp.	Judul Lampiran	Halaman
1	Instrumen Penelitian	69
2	Dokumentasi	77
3	Surat Permohonan Penelitian	79
4	Surat Keterangan Penelitian	80
5	Surat Keterangan Wawancara	81
6	Biografi Penulis	83



TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h{	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	s{	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau menoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	fathah dan ya	Ai	a dan i
اُو	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ : kaifa

حَوْل : H{aula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ / آ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي	kasrah dan ya	i>	i dan garis di atas
و	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَات : Māta

رَمَى : Ramā

قَالَ : Qali>

يَمُوتُ : Yamūtu

4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

- c. Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata tersebut terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : Rauḍah al-aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : Al-madīnah al-fāḍilah

الْحِكْمَةُ : Al-hikmah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh :

رَبَّنَا *Rabbanā*

نَجَّيْنَا *Najjainā*

الْحَقُّ *Al-Ḥaqq*

الْحَجُّ *Al-hajj*

نُعَمُّ *Nu‘ima*

عُدُّوْ *‘Aduwwn*

Jika huruf ى ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah maka ia ditransliterasikan sebagai huruf maddah (i).

Contoh :

عَرَبِيٌّ ‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)

عَلِيٌّ ‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya :

الشَّمْسُ : Al-Syamsu (bukan asy-syamsu)

الرُّزْلَةُ : Al-Zalzalah (bukan az-zalzalah)

الفَلْسَفَةُ : Al-Falsafah

الْبِلَادُ : Al-Biladu

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh :

تَأْمُرُونَ : Ta'murūna

النَّوْءُ : An-Nau'

سَيِّئٌ : Syai'un

أُمِرْتُ : Umirtu

8. Penulisan Kata Bahasa Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam Bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa

Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Al-Qur'an (dari Al-Qur'an), sunnah, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh :

Fī z{ilāl al-qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarāt bi 'umum al-lafz lā bi khusus al-sabab

9. Lafz al- Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh :

دِينُ اللَّهِ Dīnullāh بِاللَّهِ Bīllaāh

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalalah, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh :

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ Hum fi rahmatillah

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-).

Contoh:

Wa mā muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi' alinnāsi lalladhībi Bakkata mubārakan

Syahru ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nazir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al- Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad Ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan : Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Nas}r Hamid Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Nas}r Hamīd (bukan: Zaid, Nas}r Hamīd Abū)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara universal, perkembangan keuangan syariah menunjukkan peningkatan cukup signifikan. Hal ini pun terjadi di Indonesia, dengan populasi muslim terbesar di dunia dengan jumlah 231 juta muslim (86,7%) jika dikumulatifkan berdasarkan total penduduk muslim di dunia yaitu sebesar 13% dari total populasi muslim di dunia. Sehingga, tidak mengherankan jika sistem syariah (ekonomi Islam) menjadi solusi terbaik permasalahan ekonomi yang dihadapi bangsa ini. Ditengah perkembangan dan persaingan sistem keuangan yang dijalankan selama ini, sistem ekonomi Islam tetap menunjukkan bahwa ia mampu sejalan dengan perkembangan dan kebutuhan umat manusia.

Dualisme antara penerapan sistem syariah sebagai solusi permasalahan yang dihadapi dengan sistem ekonomi konvensional yang telah lama dijalankan di Indonesia sebagai tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha, praktisi dan cendekiawan muslim yang menganut sistem muamalah (ekonomi Islam). Terdapat beberapa aspek industri keuangan syariah yang dijalankan seperti industri perbankan syariah, pasar modal syariah, serta keuangan non-bank syariah. Sedangkan sistem ekonomi konvensional dengan berbagai lembaga keuangan menerapkan sistem bunga sehingga penyusunan kebijakan yang dihasilkan baik kebijakan ekonomi moneter dan fiskal menggunakan instrument bunga.¹

¹ Enceng Lip Syaripudin, Perbedaan Antara Sistem Keuangan Islam dan Konvensional. *Eksisbank. Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*. 4.2 (2020). <http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/article/view/139/64> (27 Agustus 2022)

Tantangan lain yang dihadapi sistem keuangan Islam mulai dari segi teoritis, operasional dan implementasi. Berdasarkan perspektif teoritis maka diperlukan pengembangan prinsip, filosofis, dan sistem keuangan atas dasar pembagian keuntungan dan kerugian (*profit-loss sharing*) agar lebih mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat. Pada segi operasional maka diperlukan inovasi, intermediasi, disiplin dan pengendalian resiko sehingga produk yang ditawarkan lebih variatif dan *friendly*. Kemudian dari segi implementasinya diperlukan sumberdaya yang kompeten dan handal didukung dengan regulasi serta strategi dalam pengembangan pasar keuangan perbankan syariah agar mampu memberikan kemaslahatan tersesat bagi masyarakat dan memberikan kontribusi bagi peningkatan perekonomian nasional lebih baik.

Implementasi perbankan syariah dengan menerapkan prinsip bagi hasil antara masyarakat (nasabah) dengan bank sehingga memberikan keuntungan kedua belah pihak. Proses transaksi keuangan dalam perbankan syariah juga mengedepankan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi dijalankan dengan nilai etika, nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi dan menghindari transaksi keuangan yang spekulatif. Semua keutamaan tersebut sebagai jawaban atas tantangan kebutuhan masyarakat terhadap dunia perbankan yang kredibel dan diminati seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali. Pelaksanaanya secara totalitas berdasarkan prinsip Islam yang bersumber pada petunjuk Allah swt. dalam Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah saw. sehingga sejalan dengan kondisi masyarakat Indonesia yang sangat religious.

Rasulullah telah memberikan contoh kepada umatnya dalam melakukan kegiatan muamalah. Salah satu yang diatur dalam transaksi ekonomi Islam adalah

kegiatan pemasaran produk dengan menerapkan prinsip kejujuran, amanah, *fathanah* dan terjalin komunikasi yang baik. Dalam transaksi ekonomi Islam juga sangat menghindari transaksi yang *bathil* untuk memperoleh saling ridho satu sama lain dan yang terpenting memperoleh rahmat dan ridho Allah swt. Terkait kegiatan pemasaran Allah swt. berfirman dalam Q.S. An-Nisa/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
 أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²

Transaksi ekonomi Islam melarang transaksi *bathil* (tidak benar), mengedepankan konsep suka sama suka dan saling menguntungkan. Secara jelas, Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah menurut ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadits dan memiliki ciri yang berbeda dengan Bank konvensional. Dalam Undang-undang Nomer 10 tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, status Bank Syariah secara hukum mulai menjadi kuat. Bahkan dalam Undang-undang tersebut bank umum konvensional diperbolehkan membuka unit usaha Syariah.³

Tujuan suatu lembaga keuangan syariat tentunya tetap berorientasi pada pencapaian laba (keuntungan) bagi masyarakat dan bank. Olehnya itu diperlukan strategi dalam pengembangan pasar khususnya pada lingkup perbankan syariah atau

² Badan Litbang dan Litbang Kementrian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Edisi Penyempurnaan; Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), h. 112.

³ Isnaini, <http://www.msi-iii.net/membangun%20Sistem%20Ekonomi> (diakses pada tanggal 25 Oktober 2019)

dengan kata lain terlaksananya manajemen pemasaran yang tepat dan sesuai. Menurut Philip Kotler dan Keller, pengertian pemasaran adalah sebagai berikut:

“Marketing is a societal process by which individuals and group obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and 15 services of value with others”.⁴

Makna definisi di atas bahwa pemasaran adalah suatu proses masyarakat dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan orang lain. Pada saat ini, pemasaran dipandang sebagai disiplin ilmu, bidang kajian riset dan salah satu praktek bisnis yang mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Salah satu bukti berkembangnya pemasaran dapat dilihat dari perluasan cakupan. Dimana, pada awalnya pemasaran hanya mencakup aspek distribusi, dan kini meluas hingga mencakup pada aspek produk, harga, promosi, dan relasi dengan para stakeholder dan masyarakat umum.

Salah satu perbankan syariah menerapkan teori pemasaran atau *marketing mix* 9P dalam memasarkan produknya mulai dari adanya mekanisme dan proses yang jelas, target pemasaran, menyediakan produk yang bervariasi, pemberian harga yang *friendly*, pemilihan lokasi atau tempat yang mudah dijangkau, melakukan berbagai kegiatan promosi secara intens, melakukan kerjasama dengan pihak eksternal, membuat persentasi jumlah nasabah atau memetakan potensi-potensi yang dimiliki oleh lembaga dan tentunya produk yang menarik (*passion*). Langkah strategis yang

⁴ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1 & 2; Jakarta: PT. Indeks, 2016), h. 5.

dilakukan demi meningkatkan produk penjualan produk perbankan syariah kepada masyarakat.⁵

Kota Parepare sebagai kota Bandar madani dengan visi terwujudnya Kota Parepare sebagai kota industri tanpa cerobong asap yang berwawasan hak dasar menuju kota maju, mandiri, dan berkarakter memberikan tantangan tersendiri bagi berbagai lembaga keuangan khususnya Bank SulSelBar dalam mendukung penguatan sektor jasa dan industri sehingga tujuan yang hendak dicapai untuk menjadikan Kota Parepare sebagai Kota Industri Tanpa Cerobong Asap dapat terwujud. Diperlukan keterlibatan semua *stakeholders* dalam mewujudkan hal tersebut dan hal ini tentu menjadi peluang lembaga keuangan untuk memanfaatkan peluang ini. Selain itu, berbagai sektor usaha kecil dan menengah kini semakin banyak tumbuh dan tentunya memerlukan sektor perbankan dalam memajukan usahanya sebagai peluang tersendiri bagi Bank SulSelBar Cabang Parepare.

Bank SulSelBar Cabang Parepare atau PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat Cabang Parepare sebagai salah satu lembaga keuangan atau jasa keuangan publik dengan berbagai produk dan layanan yang diberikan masih mampu bertahan sampai saat ini dan masih dibutuhkan oleh masyarakat. Dapat dilihat dari laporan data nasabah deposito Bank SulSelBar (dalam jutaan rupiah). Pada tahun 2017 liabilitas produk simpanan berjangka sebesar Rp. 5.362.694, mengalami peningkatan 18,1% pada tahun 2018 dengan jumlah simpanan berjangka sebesar Rp. 6.352.647, selanjutnya pada tahun 2019 kembali mengalami

⁵ R. Ajeng Entaresman, Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 9.1 (2016). (55-78). <https://media.neliti.com/media/publications/52574-ID-strategi-pemasaran-terhadap-penjualan-pr.pdf>. (27 Agustus 2022).

peningkatan 14,9% yaitu sebesar Rp. 7.300.209, kemudian pada tahun 2020 produk deposito tetap mengalami sedikit penurunan 0,48% yaitu sebesar Rp. 7.264.841, hingga pada 31 Desember 2021 produk deposito kembali meningkat hingga mencapai 15,5% sehingga total produk deposito sebesar Rp. 8.388.795.⁶

Berdasarkan fenomena dan data yang telah dipaparkan di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti, mengamati, dan menganalisis lebih jauh dan mendalam tentang judul penelitian: “Strategi Pemasaran Deposito Mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare?
2. Bagaimana langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelBar Cabang Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare.
2. Untuk mengetahui langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelBar Cabang Parepare.

⁶ Bank SulSelBar. Naskah Publikasi Laporan Keuangan Bank SulSelBar Per 31 Desember 2017-2021. <https://www.banksulselbar.co.id/download/laporan-keuangan-publikasi>. (27 Agustus 2022)

D. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi khususnya masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran deposito mudharabah serta dapat membawa manfaat bagi masyarakat dan agama.

2. Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan implikasi kepada masyarakat luas yang bermaksud mengetahui seluk beluk trategi pemasaran deposito mudharabah.
- b. Sebagai formasi untuk memenuhi dan melengkapi syarat dalam penyelesaian studi untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu ekonomi prodi Perbankan Syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka berisi tujuan terhadap penelitian relevan, tinjauan teori, dan tinjauan konseptual serta bagan bagan kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian.⁷ Berdasarkan pengamatan dan penelusuran yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu dijadikan pendukung dan penguat sebagaimana yang akan dijelaskan berikut ini:

1. Skripsi pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Khanif Munif, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2017. "*Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah dalam Menarik Minat Masyarakat di Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang*".⁸ Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi yang digunakan oleh Bank Syariah Bukopin untuk mencapai pasar sasaran. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Dengan menerapkan variabel-variabel dalam bauran pemasaran meliputi strategi produk yang menampilkan mutu dan pemberian fasilitas yang terdapat di dalam masing-masing produk. Adapun hasil penelitiannya adalah strategi harga yang dapat

⁷ Intitut Agama Islam Negeri Parepare, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020), h. 45.

⁸ Khanif Munif, *Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah dalam Menarik Minat Masyarakat di Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2017), h. 33.

dilihat dari pengembalian modal (bagi hasil) yang ditawarkan dengan penentuan secara cermat untuk masing-masing produk deposito dengan memperhitungkan hasil investasi dari dana nasabah yang telah dijalankan.

2. Skripsi kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nur Listyawati, IAIN Parepare, 2020. “*Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah di BNI KCP Pinrang*”.⁹ Penelitian ini membahas strategi pemasaran pasar sasaran (*targeting*), posisi pasar (*positioning*) dan bauran pemasaran (*marketing mix*) produk perbankan terhadap upaya peningkatan nasabah di Bank BNI KCP Pinrang. Strategi pemasaran merupakan suatu strategi perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan. Strategi yang dilakukan BNI KCP Pinrang dengan memberikan peluang kepada semua untuk dapat membuka rekening sesuai dengan manfaat dan kebutuhan masing-masing. Upaya memperoleh posisi dalam pasar dengan menampilkan berbagai kelebihan dan keunggulan yang dimiliki serta memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Diketahui BNI KCP Pinrang dalam pemasarannya menggunakan elemen pemasaran yaitu *product, price, place, promotion* dan *people*.
3. Skripsi ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Intan Delis Maretta, IAIN Batusangkar, 2018. “*Strategi pemasaran deposito iB pada PT. BPRS Al-Makmur melalui pendekatan analisis swot*”.¹⁰ Adapun tujuan penulisan ini adalah untuk mengetahui bauran promosi yang dilakukan oleh PT. BPRS Al-Makmur. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi yang digunakan oleh

⁹ Nur Listyawati, *Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah di BNI KCP Pinrang (Analisis Ekonomi Syariah)* (Parepare: IAIN Parepare, 2020), h. 72-73.

¹⁰ Intan Delis Maretta, *Strategi Pemasaran Deposito iB pada PT. BPRS Al-Makmur Melalui Pendekatan Analisis SWOT* (Batusangkar: IAIN Batusangkar, 2018), h. 38.

PT. BPRS Al-Makmur dengan menggunakan pendekatan analisis swot. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Adapun hasil penelitiannya adalah strategi pemasaran dengan menggunakan pendekatan analisis swot melakukan pemasaran produk deposito iB , tapi dimana jumlah nasabah deposito iB mengalami penurunan dan peningkatan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016. Sedangkan jumlah nominal deposito iB mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Dari ketiga penulisan skripsi, penulis menjadikan sebagai tinjauan pustaka untuk melihat masing-masing karakteristik penulisan. Persamaan dari ketiga skripsi dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama memiliki variable yaitu pemasaran deposito. Maka penulis skripsi ini ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran deposito mudharabah pada Bank SulSelBar cabang Parepare yang berfokus pada Produksi, *price* dan *Physical Evident*.

Pebahasan tentang penelitian relevan menjadi referensi berkaitan dengan penelitian yang diangkat baik dari segi topik atau judul, pembahasan masalah hingga variabel-variabel yang diteliti lengkap dengan persamaan dan perbedaannya. Penelitian relevan yang diangkat diharapkan menjadi pondasi keilmuan dan bahan bagi penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini.

B. Tinjauan Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Keberadaan strategi sangat penting dalam memasarkan produk sebaik apapun segmentasi pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi

menurut Porter adalah adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan.¹¹ Strategi menurut John A. Byrne ialah sebuah langkah pola yang paling mendasar dari sebuah sasaran dan yang direncanakan. Penyebaran sumber daya serta interaksi dengan pasar, dan faktor-faktor lingkungan serta juga pesaing.¹²

Kemudian, secara manajerial, pemasaran adalah seni menjual produk dan keseluruhan sistem kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli. Dengan demikian, pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.¹³

Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Kemudian

¹¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia, 2013), h. 4

¹² M. Maisah, Mahdayeni, Maryam Maryam dan Muhammad Roihan Alhaddad, 'Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi.' *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1.4 (2020), h. 325-333.

¹³ Hendra Riofita, *Strategi Pemasaran* (Pekanbaru: CV Mutiara Pesisir Sumatra, 2015), h. 2.

dijeaskan kemudian bahwa pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.¹⁴ Pemasaran adalah proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi dan menyalurkan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang bisa memenuhi tujuan individu maupun organisasi dengan memerhatikan konsep pemasaran yang mensyaratkan orientasi konsumen, orientasi tujuan dan orientasi sistem.

Dalam hal ini, strategi pemasaran mengacu pada faktor operasional atau pelaksanaan kegiatan manajemen pemasaran seperti terdiri dari konsep produksi, produk, penjualan, pemasaran, pemasaran berwawasan sosial.¹⁵ Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih.

Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk *marketing mix*. *Marketing mix* tersebut merupakan suatu tool atau alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu

¹⁴ Kotler Philip, Amstrong Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi-XII; Penerbit Erlangga, 2013), h. 6.

¹⁵ Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 Jilid 1 & 2; Jakarta: PT. Indeks, 2016), h. 11-13.

program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan dapat berjalan sukses.¹⁶

b. Strategi Bauran Pemasaran

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di suatu pasar sasaran dimana kemampuannya dapat memberikan manfaat dan kepuasan. Menurut Fandy Tjiptono adalah pemahaman subyektif produsen atas ‘sesuatu’ yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Jadi secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.¹⁷ Sesuai dengan prinsip syari’ah, kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan yang ditawarkan. Jadi sangat dilarang jika bank menyembunyikan kecacatan dari produk-produk yang mereka tawarkan.

Di dalam strategi *marketing mix*, strategi produk merupakan unsur yang paling penting, karena dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta

¹⁶ K. Aditya dan I. Wardana. ‘Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Niat Beli’. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6.2 (2017), h. h. 38.

¹⁷ Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran* (Edisi 4; Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h. 231.

penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan atau bauran produk, merk dagang, cara kemasan produk, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Adapun produk-produk yang ditawarkan kepada nasabah terbagi menjadi dua yaitu:

a) Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Funding merupakan penghimpunan dana dari masyarakat/nasabah untuk menyimpan uangnya sebagai keperluan yang akan datang. Tabungan ini merupakan kelebihan uang rumah tangga setelah terpenuhinya kebutuhan primer dan sekunder. Perbedaan yang signifikan dalam menghimpun dana masyarakat antara bank konvensional dan bank syariah adalah system bunga berlaku untuk segala kegiatan bank konvensional, sedangkan bank syariah tidak mengenakan bunga kepada nasabahnya. Kegiatan menghimpun dana di bidang mudharabah pada akad giro, tabungan dan deposito menganut system “bagi hasil” Kegiatan menghimpun dana di bidang wadiah untuk giro dan tabungan hanya memberikan insentif yang tidak diperjanjikan pada awal akad.¹⁸

(1) Prinsip *Wadi'ah*

Wadi'ah adalah titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. *Wadi'ah* terbagi menjadi dua yaitu *wadi'ah yad amanah* dan *wadi'ah yad dhamanah*. *Wadi'ah yad amanah* pada prinsipnya

¹⁸ Tajuddin Malik. 'Penghimpunan dan Penyaluran Dana PT. Bank Syariah Indonesia', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 5.2 (2022), h. 871-877.

harta titipan tidak boleh dimanfaatkan. Sedangkan *wadi'ah yad dhamanah* pada prinsipnya pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keuntungan harta titipan. Sehingga bank boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

(2) Prinsip Mudharabah

Mudharabah adalah salah satu akad kerjasama kemitraan berdasarkan prinsip berbagi untung dan rugi (*profit and loss sharing*) dilakukan sekurang-kurangnya dua orang atau lebih, dimana yang pertama memiliki dan menyediakan modal seluruhnya atau (*shahibul mal*), sedangkan yang kedua memiliki keahlian bertanggung jawab atas pengelolaan dana halal tersebut (*mudharib*).

b) Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Penyalur dana merupakan proses perputaran uang yang ada di bank digunakan untuk berinvestasi kepada perusahaan/lembaga lainnya yang nantinya akan dikembalikan lagi kepada nasabah sesuai dengan kesepakatan. Penyaluran dana terbagi tiga prinsip yaitu jual beli (*tijarah*), sewa (*ijarah*) dan bagi hasil (*syirkah*).¹⁹

2) Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Harga adalah sesuatu yang bernilai yang harus direlakan oleh

¹⁹ Muhammad Kambali, 'Produk Operasionalisasi Bank Syari'ah: Studi Penerapan Prinsip Syari'ah Mandiri (BSM) dan Bank Islam Malaysia Berhard (BIMB)', *Al-Iqtishod; Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9.1 (2021), h. 23-24.

pembeli untuk memperoleh barang atau jasa. Di dunia perbankan, ini mencakup biaya-biaya transaksi, suku bunga, dan saldo minimum atau kompensasi. Harga jual produk mempunyai fungsi ganda. Fungsi pertama harga, adalah sarana untuk memenangkan persaingan dipasar. Fungsi kedua, harga adalah sumber keuntungan perusahaan. Harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagih, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil. Penentuan harga yang dilakukan secara umum bertujuan untuk bertahan hidup, memaksimalkan laba, memperbesar *market share*, mutu produk dan tujuan persaingan.²⁰

Di sini, bank berfungsi sebagai adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk bertujuan atau sebagai financial intermediary. Secara lebih spesifik bank berfungsi sebagai *agent of trust* sebagai sasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan di salah gunakan oleh bank, uangnya akan dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang telah dijanjikan simpanan tersebut dapat ditarik kembali dari bank.

Kemudian berfungsi sebagai *agent of development* bahwa dalam kegiatan perekonomian masyarakat di sektor moneter dan sector riil

²⁰ Zakaria Batubara, 'Z. Batubara. Penetapan Harga Jual Beli Dalam Akad Murabahah Pada Bank Syariah. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 4.2. (2015), h. 163-176. Diakses: <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/71>.

tidak dapat dipisahkan. Kegiatan bank berupa penghimpunan dan penyaluran dana sangat diperlukan bagi lancarnya kegiatan perekonomian di sector riil. Kelancaran kegiatan bank yang memungkinkan masyarakat melakukan investasi-distribusi-konsumsi ini tidak lain adalah kegiatan pembangunan perekonomian suatu masyarakat. Hingga berfungsi sebagai *agent of services* bahwa selain penyaluran dana, bank juga memberikan penawaran jasa perbankan yang lain kepada masyarakat. Jasa yang ditawarkan bank ini erat kaitannya dengan kegiatan perekonomian masyarakat secara umum.²¹

Sebaliknya jika seorang telah mengetahui keburukan yang ada dibalik produk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut. Dalam penetapan harga, Bank Syari'ah tidak diperbolehkan adanya bunga, apalagi dengan adanya bunga berbunga yang sangat memberatkan masyarakat. Pada Bank Syari'ah menerapkan sistem bagi hasil. Mekanisme bagi hasil dapat didasarkan pada dua cara yaitu *profit sharing* (bagi laba) dan *revenue sharing* (bagi pendapatan).

a) *Profit sharing* (bagi laba), perhitungan bagi hasil ini didasarkan pada laba dari pengelola dana, yaitu total hasil (net) dari pendapatan setelah dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Kelebihan dari profit sharing adalah sistem keadilan dapat terpenuhi. Apabila pengelola dana mendapatkan laba kecil maka pemilik dana akan mendapatkan bagi hasil yang kecil, begitupun sebaliknya.

²¹ Purnamawati, I Gusti Ayu, *et. al.* eds. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h. 10.

b) *Revenue sharing* (bagi pendapatan), perhitungan bagi hasil yang didasarkan pada revenue sharing (total pendapatan) yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. *Revenue sharing* merupakan sistem bagi hasil yang dihitung dari total pendapatan pengelolaan dana tanpa dikurangi dengan biaya pengelolaan dana. Namun yang perlu digaris bawahi disini, dalam setiap pembagian bagi hasil harus sesuai yang tercantum dalam akad.²²

c. Deposito Mudharabah

1) Pengertian Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata *dharb*, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.²³ Adapun definisi mudharabah menurut Wahbah Az-Zuhaili adalah akad didalamnya pemilik modal memberikan modal (harta) pada ‘*amil*’ (pengelola) untuk mengelolanya, dan keuntungannya menjadi milik bersama sesuai dengan apa yang mereka sepakati. Sedangkan, kerugiannya hanya menjadi tanggungan pemilik modal saja, ‘*amil*’ tidak menanggung kerugian apa pun kecuali usaha dan kerjanya saja.²⁴

²² Maharani, *et. al.* eds, ‘Revenue Sharing or Profit Sharing? Akuntan Alasannya’, *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance*: 4.2 (2021), h. 345-355.

²³ Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2014), h. 95.

²⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jilid V; Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 476.

Sedangkan secara teknis, Antonio menjelaskan *al-mudharabah* adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian itu diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.²⁵

Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa *mudharabah* adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih di mana pemilik dana (*shahibul maal*) memberikan seluruh modal (100%) kepada pihak pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian keuntungan berdasarkan ketentuan syariah.

2) Dasar Hukum Deposito Mudharabah

Berdasarkan ketentuan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 deposito didefinisikan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank atau pada saat jatuh tempo. Dalam pasal 1 angka 22 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008, deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu

²⁵ Mahmudatus Sa'diyah & Meuthiya Athifa Arifin. 'Mudharabah Dalam Fiqih dan Perbankan Syari'ah', *EQUILIBRUM: Jurnal*, 1.2 (2013), h. 302-323.

tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah dan/atau UUS.²⁶

Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan. Adapun jenis deposito berjangka, sebagai berikut:

a) Deposito berjangka biasa

Deposito yang berakhir pada jangka waktu yang diperjanjikan, perpanjangan hanya dapat dilakukan setelah ada permohonan baru/pemberitahuan dari penyimpan.

b) Deposito berjangka otomatis

Pada saat jatuh tempo, secara otomatis akan diperpanjang untuk jangka waktu yang sama tanpa pemberitahuan dari penyimpan.²⁷

Deposito syariah adalah simpanan berupa investasi tidak terikat pihak ketiga pada bank syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah pemilik dana (*shahibul maal*) dengan bank (*mudharib*) dengan pembagian hasil sesuai dengan nisbah yang telah disepakati di muka.²⁸ Deposito *mudharabah* merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak

²⁶ Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 95-96.

²⁷ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h. 54.

²⁸ Khotibul Umam, *Legislasi Fikih Ekonomi dan Penerapannya dalam Produk Perbankan Syariah di Indonesia* (Cet. I; Yogyakarta: BPFE, 2011), h. 87.

bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan antara bank dan nasabah investor.²⁹

Demikian yang dimaksud dengan deposito mudharabah adalah simpanan dana dengan akad mudharabahdi mana pihak pemilik dana (*shahibul maal*) mempercayakan dananya untuk dikelola bank (*mudharib*) dengan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati sejak awal.

3) Ketentuan tentang Deposito Mudharabah

Berdasarkan pada fatwa DSN-MUI No 3 Tahun 2000 deposito yang dibenarkan secara syariah adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:³⁰

- a) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul maal atau pemilik dana dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- b) 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.
- c) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- d) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

²⁹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Edisi. I; Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), h, 91.

³⁰ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta: PT Grasindo, 2005), h. 56.

- e) Bank sebagai *mudharib* menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- f) Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan.

Deposito ini dijalankan dengan prinsip *mudharabah muthlaqah* karena pengelolaan dana deposito sepenuhnya menjadi tanggung jawab *mudharib*. Deposito *mudharabah* merupakan simpanan dana dengan akad *mudharabah* dimana pihak pemilik dana (*shahibul maal*) mempercayakan dananya untuk dikelola bank (*mudharib*) dengan bagi hasil sesuai dengan nisbah yang disepakati sejak awal. Semua permintaan pembukaan deposito *mudharabah* harus dilengkapi dengan suatu akad/kontrak/perjanjian yang berisi antara lain, nama dan alamat *shahibul maal*, jumlah deposito, jangka waktu, nisbah pembagian keuntungan, cara pembayaran bagi hasil dan pokok pada saat jatuh tempo serta syarat-syarat lain deposito *mudharabah* yang lain.

Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tata cara pemberian keuntungan dan/atau perhitungan distribusi keuntungan serta resiko yang dapat timbul dari deposito tersebut. Setiap tanggal jatuh tempo deposito, pemilik dana akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan nisbah dari hasil investasi yang telah dilakukan oleh bank. Bagi hasil akan diterima oleh pemilik dana sesuai dengan perjanjian awal akad pada saat penempatan deposito tersebut.

C. Kerangka Konseptual

1. Pengertian strategi pemasaran menurut Porter adalah adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Menurut Hamel dan Prahalad strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat)

dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan.³¹ Strategi menurut John A. Byrne ialah sebuah langkah pola yang paling mendasar dari sebuah sasaran dan yang direncanakan. Penyebaran sumber daya serta interaksi dengan pasar, dan faktor-faktor lingkungan serta juga pesaing.³² Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan ingin melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Kemudian diungkapkan bahwa pemasaran merupakan proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.³³ Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penyusunan strategi perlu diperhatikan kondisi dan perubahan lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal yang pada akhirnya dapat tercapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Pengertian Deposito Mudharabah, berdasarkan ketentuan Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 deposito didefinisikan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank atau pada saat jatuh tempo. Dalam pasal 1 angka 22

³¹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia, 2013), h. 4

³² M. Maisah, Mahdayeni, Maryam Maryam dan Muhammad Roihan Alhaddad, 'Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi.' *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1.4 (2020), h. 325-333.

³³ Kotler Philip, Armstrong Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi-XII; Penerbit Erlangga, 2013), h. 6.

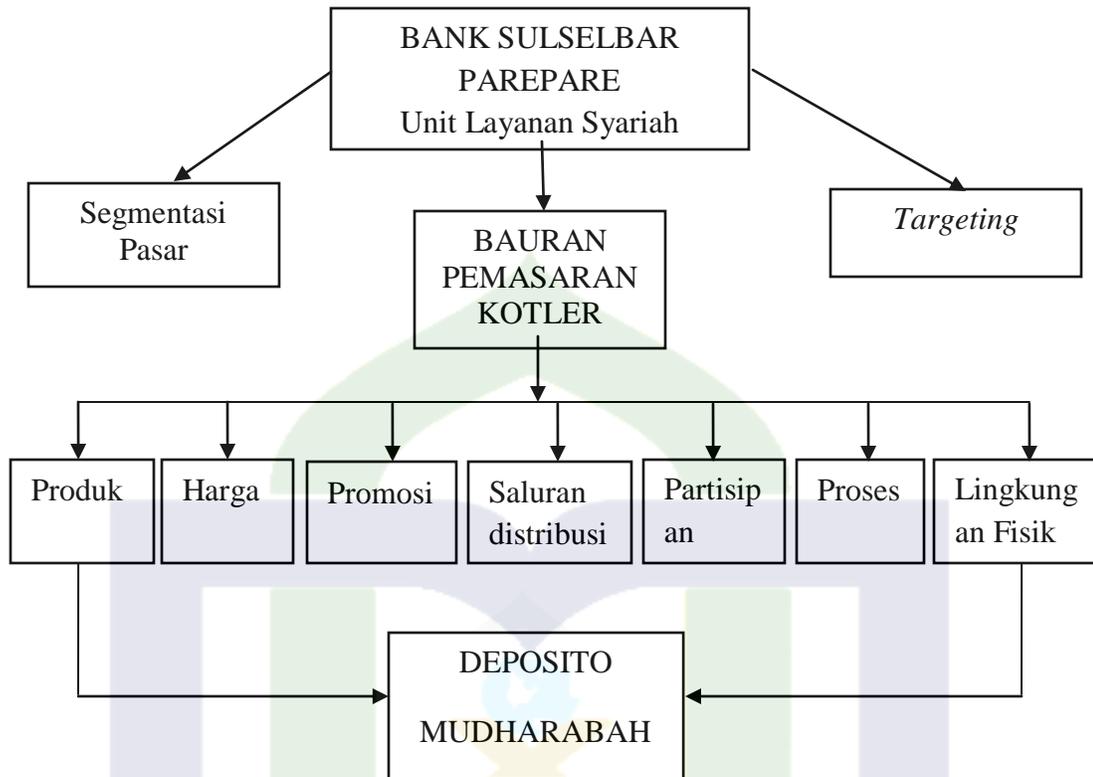
Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008, Deposito didefinisikan sebagai investasi dana berdasarkan akad mudharabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan Bank Syariah dan/atau UUS.³⁴ Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpan dengan bank yang bersangkutan. Sebagai alur pikir penelitian ini, peneliti akan menjelaskan pengertian dari judul yang diteliti, yaitu strategi pemasaran deposito mudharabah pada bank Sulselbar cabang Parepare. Dalam hal ini mengorganisir dan menginterpretasikan yang dimaksud dari peneliti adalah dimana strategi pemasaran pada bank Sulselbar mengalami naik turun dalam keuangannya dan nasabah yang tidak tetap pada bank Sulselbar dan secara tidak langsung nasabah berkurang dan kadang meningkat dalam setiap tahunnya. Strategi dilihat dalam hal ini sudah banyak cara yang ditempuh agar dapat meningkatkan nasabah dan menjaga ketetapan nasabah agar bisa menandatangani hartanya di bank SulSelBar.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah gambaran atau model berupa konsep yang di dalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Hubungan tersebut dikemukakan dalam bentuk skema dengan tujuan untuk mempermudah memahami.³⁵

³⁴Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 95-96.

³⁵ Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare; IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).



Gambar 2.1: Bagan Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau dengan cara-cara kuantifikasi. Penelitian kualitatif dapat menunjukkan kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, pergerakan sosial, dan hubungan kekerabatan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada *quality* atau hal terpenting suatu barang atau jasa. Hal terpenting suatu barang atau jasa yang berupa kejadian, fenomena, dan gejala sosial adalah makna di balik kejadian tersebut yang dapat dijadikan pelajaran berharga bagi pengembangan konsep teori. Penelitian kualitatif dapat didesain untuk memberikan sumbangannya terhadap teori, praktis, kebijakan, masalah-masalah sosial, dan tindakan. Penelitian kualitatif dieksplorasi dan diperdalam dari fenomena sosial atau lingkungan sosial yang terdiri atas pelaku, kejadian, tempat, dan waktu.³⁶

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Bank SulSelBar Cabang Parepare, Jalan A. Makkasau, No. 468 Kecamatan Ujung Kota Parepare.

³⁶ M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016), h. 233.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan waktu kurang lebih 2 bulan lamanya (d disesuaikan dengan kebutuhan penelitian). 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian sebagai hal-hal yang ingin dicari jawabannya melalui penelitian. Fokus penelitian inilah yang nantinya akan berfungsi memberi batas hal-hal yang akan peneliti teliti. Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian maka penelitian ini difokuskan pada Strategi Pemasaran Deposito Mudharabah Bank SulSelBar Parepare.

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Proses dan makna (perspektif subyek) lebih dintonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.³⁷ Metode kualitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti sebuah kondisi obyek alamiah dimana peneliti adalah sebagai literatur kunci dan hasil penelitian ini lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam yakni suatu data yang mengandung makna.³⁸ Oleh karenanya, dalam penelitian

³⁷ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana, 2009), h. 4.

³⁸ Nurdyansah, *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Kecil Tahu Jawa di Desa Brangas-Kediri)*, h. 73.

ini juga diupayakan dengan meninjau secara langsung objek penelitian pada pihak bank, hal ini dimaksudkan agar mendapatkan data yang general dan akurat, sehingga dapat mencapai hasil yang maksimal.

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subjek data dari mana data diperoleh.³⁹ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini sumber data primer akan diambil adalah data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara (data hasil wawancara) dari pegawai bank, sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder dapat diperoleh dari (buku-buku mengenai judul peneliti dan dokumen-dokumen ataupun catatan yang berkaitan dengan penelitian).

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Rachman, bahwa penelitian ini menggunakan metode yang tepat, juga perlu memilih teknik dan alat pengumpulan data yang relevan. Teknik pengumpulan data adalah suatu cara atau proses yang sistematis dalam pengumpulan, pencatatan dan penyajian fakta untuk tujuan tertentu.⁴⁰ Metode yang digunakan untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini menurut Lexy Meleong adalah dengan proses triangulasi metode, yaitu:

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka, 2014), h. 141.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009). h.138.

1) Observasi/Pengamatan

Metode observasi adalah sebagai metode yang dilakukan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.⁴¹ Pengamatan dilakukan untuk memperoleh data tentang strategi pemasaran deposito *mudharabah* dengan mengamati secara langsung. Hal ini dimaksudkan agar penelitian dapat memperoleh data yang akurat dan faktual.

2) Interview/Wawancara

Metode *interview* (wawancara) adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴² Wawancara dilakukan kepada beberapa orang informan. Mereka meliputi pegawai bank pada bank Sulselbar. Adapun teknik wawancara secara mendalam akan dipakai dalam penelitian ini adalah teknik bola salju (*snow bolling*) baik bersifat terbuka (*open ended*) maupun tertutup.

3) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang dapat menghasilkan sebuah catatan-catatan penting yang terkait terhadap masalah yang telah diteliti, sehingga dapat diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasar pada perkiraan.⁴³ Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan

⁴¹Anwar Saifuddin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar, 2014), h. 5.

⁴²J. Lexy Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: RemajaRosdakarya, 2016) h. 135.

⁴³Suwandi Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008).

dokumen yang berhubungan dengan permasalahan pada penelitian ini antara lain yaitu struktur organisasi kantor layanan syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare, uraian tugas, fungsi dan tanggung jawab Karyawan Bank Bank SulSelBar Cabang Parepare, dan laporan deposito mudharabat di kantor layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare serta tata peningkatan jumlah nasabah produk deposito mudharabah di kantor layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare.

2. Teknik Pengolahan Data

Kemudian untuk menjaring atau menerjemahkan data-data lapangan sesuai dengan tujuan, rancangan, sifat penelitian serta kebutuhan untuk pengambilan keputusan maka peneliti melakukan pengolahan data dengan transkripsi, pengorganisasian dan pengenalan data.

Telaah dokumen yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.⁴⁴ Telaah dokumen dilakukan untuk memperoleh data tentang berbagai jenis kegiatan usaha pemasaran yang terdokumentasi dalam berbagai buku ataupun catatan-catatan kegiatan Strategi Pemasaran Deposito Mudharabah pada Bank Sulselbar Parepare.

F. Uji Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.⁴⁵ Keabsahan data dilakukan untuk

⁴⁴ S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), h.58.

⁴⁵ Lexy. J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 320.

membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.⁴⁶ Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

1. *Credibility*

Moleong menyatakan bahwa uji kredibilitas ini memiliki dua fungsi, yaitu fungsi pertama untuk melaksanakan pemeriksaan sedemikian rupa tingkat kepercayaan penemuan kita dapat dicapai, dan fungsi yang kedua untuk mempertunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan kita dengan jalan pembuktian terhadap kenyataan ganda yang sedang diteliti.⁴⁷

2. *Transferability*

Sugiyono menjelaskan bahwa uji transferabilitas (*transferability*) adalah teknik untuk menguji validitas eksternal di dalam penelitian kualitatif. Uji ini dapat menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel itu diambil.⁴⁸ Kemudian Moleong menjelaskan bahwa tranferabilitas merupakan persoalan empiris yang bergantung pada kesamaan konteks pengirim dan penerima. Untuk menerapkan uji transferabilitas di dalam penelitian ini nantinya peneliti akan

⁴⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 270.

⁴⁷ Lexy. J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 324.

⁴⁸ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 376.

memberikan uraian yang rinci, jelas, dan juga secara sistematis terhadap hasil penelitian.⁴⁹ Diuraikannya hasil penelitian secara rinci, jelas dan sistematis bertujuan supaya penelitian ini dapat mudah dipahami oleh orang lain dan hasil penelitiannya dapat diterapkan ke dalam populasi di mana sampel pada penelitian ini diambil.

3. *Dependability*

Sugiyono menyatakan bahwa uji dependabilitas dilakukan dengan cara mengaudit segala keseluruhan proses penelitian.⁵⁰ Pada penelitian ini nantinya peneliti akan melakukan audit dengan cara peneliti akan berkonsultasi kembali kepada pembimbing, kemudian pembimbing akan mengaudit keseluruhan proses penelitian. Di sini peneliti akan berkonsultasi terhadap pembimbing untuk mengurangi kekeliruan-kekeliruan dalam penyajian hasil penelitian dan proses selama dilakukannya penelitian.

4. *Confirmability*

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Sugiyono menjelaskan bahwa uji konfirmabilitas merupakan uji objektivitas di dalam penelitian kuantitatif, penelitian bisa dikatakan objektif apabila penelitian ini telah disepakati oleh orang banyak.⁵¹ Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan

⁴⁹ Lexy. J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), h. 324.

⁵⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 377.

⁵¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 377.

fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian untuk menganalisis data yang telah diperoleh adalah teknis triangulasi. Teknik ini lebih banyak menggunakan metode alam level mikro, yaitu menggunakan beberapa pengumpulan data serta analisis data dalam sebuah penelitian, seperti informan yang menjadi alat uji keabsahan dan analisis hasil penelitian. Asumsinya mengenai informasi yang telah diperoleh peneliti dari informan juga melalui pengamatan yang lebih akurat juga menggunakan menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut.⁵² Tahapan dalam menganalisis data yang telah dilakukan oleh peneliti yakni sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan wawancara yang mendalam terhadap para informan dengan tujuan memperoleh data yang terkait dengan permasalahan yang dibahas dan yang diteliti. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi partisipasi untuk mengumpulkan data yang lebih banyak tentang

⁵² Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Cet. VIII; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012).

permasalahan tersebut. Kemudian data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi tersebut dikumpulkan kemudian di analisis.

2. Setelah itu, peneliti melakukan uji silang terhadap data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan juga hasil observasi untuk memastikan bahwa tidak ada data dan informasi yang bertentangan antara hasil wawancara dengan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti.
3. Kemudian menguji kembali informasi-informasi sebelumnya yaitu informasi dari informan atau narasumber dari sumber lainnya. Peneliti akan menggunakan bahan dokumentasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi tersebut.
4. Penarikan kesimpulan yang telah dilakukan dengan membuang data-data yang kurang penting sehingga kesimpulan yang dihasilkan merupakan kesimpulan yang tepat dan sesuai dengan apa yang menjadi pokok permasalahan.

Keempat komponen tersebut saling interaktif yaitu saling mempengaruhi dan terkait. Pertama-tama dilakukan penelitian lapangan dengan mengadakan wawancara atau observasi yang disebut tahap pengumpulan data. Karena data-data, pengumpulan penyajian data, reduksi data, kesimpulan atau penafsiran data yang dikumpulkan banyak maka diadakan reduksi data. Setelah reduksi maka kemudian diadakan sajian data, selain itu pengumpulan data juga digunakan untuk penyajian data. Apabila ketiga hal tersebut selesai dilakukan, maka diambil suatu keputusan atau verifikasi. Setelah data lapangan terkumpul dengan menggunakan metode pengumpulan data diatas, maka peneliti akan menganalisis data tersebut dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan pada bab pendahuluan yang kemudian dihubungkan antara teori-teori yang dikemukakan dalam tinjauan pustaka maka pada bab ini penulis akan mendeskripsikan hasil penelitian yang diperoleh dari kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi secara jelas dan sistematis. Untuk lebih jelas penulis akan menjelaskan dua pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare

Strategi pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare sebagai serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah sehingga produk yang ditawarkan mampu menarik minat nasabah lebih meningkat.

Bank SulSelBar Cabang Parepare memiliki berbagai produk dan layanan syariah di antaranya layanan pendanaan dan pembiayaan serta jasa Unit Usaha Syariah (UUS). Namun pada penelitian ini berfokus kepada produk pendanaan Unit Usaha Syariah (UUS) khususnya produk deposito mudharabah. Pendanaan Unit Usaha Syariah (UUS) sebenarnya memiliki berbagai produk selain deposito

mudharabah seperti produk Giro Wadiah, Giro Mudharabah, Tabungan Syariah, Tabungan Hatam, Tabungan Simpel IB dan Deposito Mudharabah.⁵³

Deposito Mudharabah sebagai salah satu bentuk pendanaan unit usaha syariah di Bank SulSelBar Cabang Parepare merupakan pilihan investasi yang menguntungkan dan memberikan rasa aman dan dana investasi yang anda investasikan kepada pihak Bank SulSelBar Cabang Parepare akan dikelola sesuai prinsip syariah dan professional serta memberikan imbal hasil maksimal sesuai nisbah yang disepakatai.

Menurut Muhammad Yasin Katara, Deposito Mudharabah di Bank SulSelBar merupakan salah satu produk unggulan dengan bentuk pendanaan unit usaha syariah karena sangat menguntungkan dan memberikan rasa aman kepada nasabah. Dengan melakukan investasi di Bank SulSelBar kami memberikan jaminan keamanan dan sangat amanah karena dana deposito anda dikelola sesuai prinsip syariah dan profesional serta imbalan hasil maksimal sesuai nisbah yang disepakati.⁵⁴ Pentingnya pemasaran produk perbankan kepada calon nasabah khususnya produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare untuk menarik minat dan kemauannya terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Tidak hanya itu produk deposito mudharabah yang ditawarkan kepada nasabah memberikan keuntungan dan kepuasan antara nasabah dan pihak bank tentunya. Sasaran pemasaran yang dilakukan untuk menarik nasabah baru,

⁵³Bank SulSelBar. Layanan Syariah Bank SulSelBar <https://banksulselbar.co.id/page/pendanaan-uus>. (23 September 2022).

⁵⁴Muhammad Yasin Katara, Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

mendistribusikan produk dengan tepat, menetapkan harga yang menarik dan mempertahankan nasabah yang loyal.

Adapun informasi tentang strategi pemasaran produk deposito mudharabah yang digunakan di Bank SulSelBar Cabang Parepare diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan dengan mengajukan pertanyaan “Bagaimana strategi pemasaran yang Bapak/Ibu gunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare?”. Menurut Bapak Jufri selaku JR AO di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare bahwa strategi pemasaran yang digunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare dengan melakukan segmentasi pasar, beliau menjelaskan bahwa:

Strategi pemasaran yang kami gunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare dengan menggunakan *market segmentation*, terdapat pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Parepare karena sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa Kota Parepare merupakan kota jasa dan terjadi transaksi yang menggunakan nominal cukup besar. Masyarakatnya lainnya seperti guru, karyawan BUMN, swasta, wiraswasta, pedagang dan lain lain tentunya dengan pekerjaan, tingkat pendidikan, dan kebutuhan yang beranekaragam. Sebagai bagian pemasaran tentunya sangat penting mengetahui kondisi masyarakat Kota Parepare secara keseluruhan.⁵⁵

Salain itu, beliau juga mengungkapkan strategi yang lain yang digunakan setelah melakukan segmentasi pasar yaitu menentukan *targeting* atau menentukan sasaran produk atau jasa yang dimiliki. Beliau menjelaskan bahwa:

Kemudian, yang menjadi sasaran selanjutnya yaitu kontraktor-kontraktor besar karena kadang pencairan dana mereka yang bersumber

⁵⁵ Jufri, Jr Ao di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

dari pemerintah daerah kadang mereka tidak pakai. Terus yang ketiga yaitu pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Parepare karena sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa Kota Parepare merupakan kota jasa dan terjadi transaksi yang menggunakan nominal cukup besar. Sasaran yang lain yaitu para Pegawai Negeri Sipil (PNS), karena beberapa PNS tidak mau menyimpan dananya di bank konvensional makanya nasabah tersebut menjadi sasaran kami.⁵⁶

Dari penjelasan di atas diketahui bahwa strategi yang digunakan Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare dalam menarik nasabah untuk menggunakan jasa dan produk yang dimiliki dengan melakukan *segmentasi*, *targeting* dan *positioning*. *Market segmentation* adalah istilah umum yang sering dijumpai dalam dunia *marketing* atau pemasaran. Istilah tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi target *market* yang ingin dicapai. *Market segmentation* memiliki pengaruh besar dalam penjualan produk dan penerapan strategi bisnis. Namun, masih banyak pebisnis Indonesia yang belum mengetahui secara pasti segmentasi pasar dari produk yang mereka jual.

Dijelaskan pula secara mendalam oleh Bapak Muhammad Yasin Katara selaku JR Analis Pembiayaan di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare, beliau menjelaskan bahwa:

Diperlukan rencana yang matang dan strategi yang tepat untuk meningkatkan nasabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare khususnya pada produk deposito mudharabah. Kegiatan yang awal dilakukan yaitu membagi kelompok-kelompok pasar berdasarkan kebutuhan, karakteristik dan perilakunya karena setiap calon nasabah ataupun nasabah memiliki perbedaan-perbedaan dan kebutuhan produk dan jasa yang berangan pula. Setelah melakukan pengelompokan pasar maka selanjutnya kita menentukan sasaran pasar (target). Karena dari sekian ratus ribu masyarakat di Kota Pareare tidak semua akan memilih menjadi nasabah di Bank SulSelBar apalagi terdapat kurang lebih lima belas bank yang berbeda dengan berbagai produk dan jasa perbankan yang ditawarkan. Olehnya itu, kami harus menentukan sasaran/target pemasaran produk-produk kami diantaranya

⁵⁶ Jufri, Jr Ao di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

produk deposito mudharabah. Harapan kami terhadap produk yang kami berikan memberikan keuntungan dan kepuasan kepada kedua belah pihak sesuai dengan prinsip mudharabah atau sesuai dengan prinsip syariah.⁵⁷

Pentingnya strategis yang tepat dalam pengembangan pasar perbankan syariah khususnya pada produk deposito mudharabah di Bank SulSelbar Cabang Parepare menghadapi kondisi pasar, kompetitor jasa perbankan lain agar mampu bersaing karena di Kota Parepare terdapat lima belas (15) perbankan yang saling berkompetisi dan memiliki produk deposito baik berbasis konvensional maupun syariah (mudharabah) di antaranya Bank BCA, BNI, BRI, BTN, Bukopin, Danamon dan lain-lain. Sehingga, pihak Bank SulSelBar dalam menawarkan berbagai produk dan layanannya menentukan strategi *positioning*. Bapak Muhammad Yasin Katara selaku JR Analis Pembiayaan dan Jufri sebagai JR AO di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare, mereka menjelaskan tentang keunggulan produk deposito mudharabah dan kemudahannya. Menurut Bapak Jufri, beliau mengungkapkan bahwa:

Keunggulan produk deposito mudharabah di Bank Sulselbar khususnya Kantor Layanan Syariah Cabang Parepare yang pertama yaitu sistem bagi hasil yang kompetitif. Kemudian, ada jangka waktu yang sebelumnya telah kami sampaikan tadi 1,3,6, 12 Bulan. Keunggulan yang ketiga dapat diperpanjang secara otomatis atau ARO (Automatic Roll Over) Deposito. Kemudian bagi hasil yang dibayarkan tiap bulan, bagi hasil langsung masuk ke rekening syariah Bank SulSelBar.⁵⁸

Sesuai dengan penjelasan Bapak Muhammad Yasin Katara, beliau menjelaskan bahwa:

Keunggulan dan manfaat menjadi nasabah deposito mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare yaitu memiliki berbagai fitur-fitur dengan berbagai manfaatnya. Pertama,

⁵⁷ Muhammad Yasin Katara, JR Analis Pembiayaan di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

⁵⁸ Jufri, Jr Ao di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

nisbah bagi hasil yang kompetitif. Fitur deposito mudharabah dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan. Dapat diperpanjang secara otomatis atau disebut dengan *automatic roll over*. Bagi hasil yang dibayarkan pada setiap bulannya yang langsung masuk rekening tabungan syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare. Kemudian, mendapatkan *Billyet* deposito sebagai bukti investasi bagi nasabah. Dengan berbagai fitur-fitur tersebut berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh nasabah perorangan atau lembaga berbadan hukum yaitu investasi yang dilakukan sangat aman karena dijamin oleh pemerintah. Selain itu, pengelolaan dana sesuai dengan pedoman Fatwa DSN-MUI. Sebenarnya tujuan investasi dilakukan dengan harapan bisa membiayai dan menggerakkan sektor riil atau nyata. Manfaat yang lain yaitu menjadi nasabah produk deposito mudharabah dapat dipergunakan sebagai jaminan dan referensi bank.⁵⁹

Berdasarkan kedua penjelasan di atas maka hal yang diungkapkan sejalan dengan penjelasan yang terdapat pada website resmi Bank SulSelBar. Terdapat beberapa manfaat atau kegunaan dan fitur produk deposito mudharabah yang dimiliki Bank SulSelBar antara lain:

a. Keunggulan Produk Deposito Mudharabah Bank SulSelBar

Adapun keunggulan produk deposito mudharabah Bank SulSelBar, yaitu:

- 1) Investasi yang aman karena dijamin oleh pemerintah
- 2) Pengelolaan dana sesuai Fatwa DSN MUI
- 3) Tujuan investasi untuk membiayai dan menggerakkan sektor riil
- 4) Dapat dipergunakan sebagai jaminan dan referensi Bank

b. Fitur Produk Deposito Mudharabah Bank SulSelBar

Adapun fitur atau kemudahan produk deposito mudharabah Bank SulSelBar, yaitu:

- 1) Nisbah bagi hasil yang kompetitif
- 2) Pilihan jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan
- 3) Dapat diperpanjang secara otomatis (*Automatic Roll Over*)

⁵⁹ Muhammad Yasin Katara, JR Analisis Pembiayaan di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

- 4) Bagi hasil dibayar setiap bulan ke rekening tabungan syariah Bank SulSelBar
- 5) Mendapatkan Billyet deposito sebagai bukti investasi anda

Strategi pemasaran yang juga digunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulsebar Cabang Parepare yaitu strategi *marketing mix 7P*, yaitu *products, price, promotions, place, people, process, dan physical evidence*.

c. *Products* Deposito Mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulsebar Cabang Parepare

Kantor layanan syariah Bank Sulsebar Cabang Parepare memiliki berbagai produk dan layanan yang ditawarkan atau dipasarkan kepada masyarakat salah satunya adalah produk deposito mudharabah. Sehingga produk deposito juga sebagai salah satu strategi *marketing mix 7P*, Menurut Muhammad Yasin menjelaskan bahwa:

Katara Bank BPD SulSelBar atau lebih dikenal dengan Bank SulSelBar sebenarnya bank yang telah berdiri sejak 1961. Dengan periode tersebut berbagai peningkatan produk dan layanan dilakukan. Salah satu produk kami yaitu produk deposito mudharabah. Masih banyak produk-produk yang dimiliki oleh Bank SulSelBar khususnya kantor layanan syariah Parepare seperti simpanan, pinjaman, vales, trade finance & services serta produk-produk syariah. Jika dihubungkan dengan pertanyaan anda maka deposito mudharabah merupakan salah satu produk syariah atau pendanaan unit usaha syariah disamping produk lain berupa giro wadiah, giro mudharat, tabungan syariah, tabungan hatam, dan tabungan simple IB. Kalau berbicara produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar maka produk ini merupakan pilihan investasi yang menguntungkan bagi para pelanggan/nasabah. Selain menguntungkan kami mengelola dana yang diinvestasikan dengan amanah sesuai dengan prinsip syariah. Sistem bagi hasil tentunya sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah atau dengan kata lain sesuai dengan nisbah yang disepakati.⁶⁰

⁶⁰Muhammad Yasin Katara, JR Analisis Pembiayaan di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

d. *Price* (Harga) Produk Deposito Mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare

Produk deposito mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare ditujukan untuk perorangan dan lembaga berbadan hukum. Untuk memulai menjadi nasabah maka terlebih dahulu mengisi formulir pembukaan rekening deposito mudharabah. Nasabah memiliki saldo awal minimal Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah). Selain itu, memiliki rekening tabungan syariah atau giro wadiah di Bank SulSelBar Syariah. Saat ingin melakukan pembukaan deposito mudharabah, nasabah harus membawa identitas diri berupa KTP, SIM, atau Passport yang masih berlaku dan bagi lembaga berbadan hukum wajib melampirkan dokumen sesuai persyaratan yang berlaku. Kemudian, dilakukan akad bagi hasil antara pihak Bank SulSelBar dengan calon nasabahnya.⁶¹

Produk deposito mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare memiliki harga (setoran awal) yang relatif terjangkau sesuai nisbah bagi hasil yang dilakukan pihak bank dengan calon nasabah juga terbilang kompetitif sehingga menjadikan masyarakat tertarik untuk memilih produk tersebut. Bagi perorangan saldo awal minimal 1.000.000,- (satu juta rupiah) sedangkan lembaga/perusahaan berbadan hukum saldo awal minimal 5.000.000,- (lima juta rupiah).

e. *Place* Produk Deposito Mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare

⁶¹Bank SulSelBar. Layanan Syariah Bank SulSelBar <https://banksulselbar.co.id/page/pendanaan-uus>. (23 September 2022).

Produk deposito mudharabah dalam pendistribusiannya berlangsung di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare Jl. Bau Massepe No. 468 Kelurahan Ujung Sabbang Kecamatan Ujung Kota Parepare Provinsi Sulawesi Selatan. Selain itu juga dilakukan kerjasama dengan pihak lain seperti perguruan tinggi STIE AMSIR Kota Parepare, BAZNAS Kota Parepare dan beberapa Rumah Sakit. Muhammad Yasir Katara mengungkapkan bahwa:

Kalau jaringan kerja sama yang sudah berjalan saat ini dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada (AMSIR Parepare), dan beberapa Rumah Sakit.⁶²

Berikut ini foto kegiatan kunjungan Karyawan Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare di Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada (AMSIR Parepare) sebagai bentuk jalinan kerja sama antara kedua lembaga tersebut untuk menggunakan produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare.



Gambar. 4.1 Kunjungan Karyawan Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare di Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada (AMSIR Parepare)

⁶² Muhammad Yasin Katara, JR Analisis Pembiayaan di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

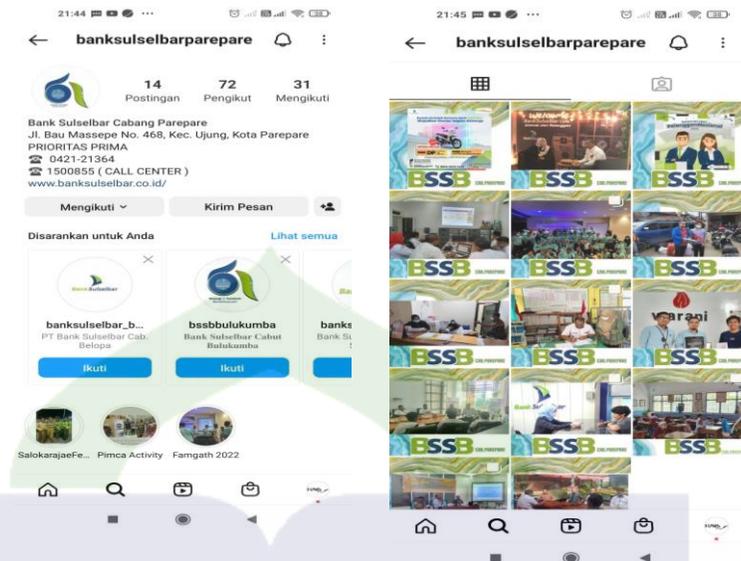
f. *People*

Karyawan Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare yang melakukan pemasaran produk dan upaya peningkatan nasabah produk deposito mudharabah seperti *Analisis Pembiayaan*, *Account Officer* (AO) dan *Founding Marketing* dengan tugas dan fungsi masing-masing. *Analisis pembiayaan* atau biasa juga disebut *analisis kredit* bertugas dan bertanggung jawab untuk melakukan analisa semua data keuangan nasabah atau klien, informasi tentang tabungan atau simpanan klien, sumber pendapatan klien serta rekomendasi kepada klien terkait keuangannya.

Posisi lain yang juga berperan penting yaitu *Account Officer* (AO) Bank Sulselbar Cabang Parepare bertugas mencari nasabah deposito mudharabah yang sesuai dengan kriteria layak menurut perbankan. *Account Officer* (AO) juga menganalisa kekuatan finansial calon nasabah produk deposito mudharabah. Kemudian, bagian marketing sebagai pihak yang menerapkan strategi pemasaran, menawarkan produk (promosi). Bagian ini selain menawarkan produk deposito mudharabah juga memberikan pelayanan kepada nasabah serta mengetahui kebutuhan calon nasabahnya untuk memberikan sebuah produk keuangan yang tepat khususnya produk deposito mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare.

g. *Promosi (Promotion)*

Berbagai upaya dilakukan untuk menawarkan produk desposito mudharabah Bank SulSelBar Cabang Parepare seperti menggunakan media sosial Instagram, facebook dan website.



Sumber: Instagram

Gambar 4.2 Akun Instagram Bank SulSelBar Cabang Parepare

Promosi juga dilakukan melalui puslisitas melalui open booth di pasar, kampus dan iklan menggunakan *billboard*. Penawaran produk juga dilakukan dengan membagikan brosur kepada masyarakat seperti di Pasar, Sekolah, Rumah Sakit dan tempat-tempat publik yang lain.

h. *Process*

Syarat dan ketentuan menjadi nasabah produk desposito mudharabah Bank SulSelBar cukup mudah, syarat dan ketentuan yang dimaksud sebagai berikut:

- 1) Ditujukan untuk perorangan dan lembaga berbadan hukum
- 2) Mengisi formulir pembukaan rekening deposito mudharabah
- 3) Saldo awal minimal Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah)
- 4) Memiliki rekening tabungan syariah atau giro wadiah di Bank SulSelBar Syariah

- 5) Membawa identitas diri berupa KTP, SIM, atau Passport yang masih berlaku
- 6) Bagi lembaga berbadan hukum wajib melampirkan dokumen sesuai persyaratan yang berlaku.⁶³

i. *Physical Evidence*

Semua bentuk fisik perusahaan atau bisnis Bank SulSelbar Cabang Parepare baik logo, tampilan bangunan, fasilitas sarana dan prasarana pendukung dan lain-lain sebagai pendukung jalannya bisnis khususnya pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare. Logo Bank SulSelBar membentuk imajinatif sebuah perahu. Perahu sebagai ciri khas daerah Sulawesi Selatan diadopsi oleh Bank SulSelBar yang memiliki makna semangat, etos kerja dan budaya-budaya daerah.

Bank Sulselbar dengan semangat “*Good Corporate Governance*” senantiasa dinamis mengemban visi dan misinya demi terwujudnya gerak perekonomian yang terus menerus. Hijau Daun (Kemakmuran, kesuburan, kesejahteraan, penyegaran, alam, simbol dari kehidupan). Biru (Corporhate, mature, elegan, stabil, konstan, kokoh,handal, pengalaman, dapat diandalkan, wakil dari air dan langit (harapan). Bank Sulselbar tampil penuh keyakinan dan rasa bangga terus bergerak membangun perekonomian Indonesia dan rasa bangga membawa nama wilayah Sulawesi Selatan serta bangga membangun daerah Sulawesi Selatan.⁶⁴ Berikut ini foto logo Bank SulSelBar:

⁶³Bank SulSelBar. Layanan Syariah Bank SulSelBar <https://banksulselbar.co.id/page/pendanaan-uus>. (23 September 2022).

⁶⁴ 237 Design. Logo Bank SulSelBar. <https://237desain.blogspot.com/2018/06/logo-bank-sulselbar.html> (1 Oktober 2022).



Sumber: Website

Gambar 4.3 Logo Bank SulSelBar



Sumber: Observasi

Gambar 4.4 Halaman Depan Bank SulSelBar Cabang Parepare

Berdasarkan berbagai penjelasan di atas maka diketahui bahwa bahwa strategi yang digunakan Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk deposito mudharabah dengan melakukan *segmentasi, targeting* dan *positioning*. Strategi pemasaran yang juga digunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare yaitu strategi *marketing mix 7P*, yaitu *products, price, promotions, place, people, process*, dan *physical evidence*.

2. Langkah Strategis dalam Pengembangan Pasar Perbankan Syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare

Pentingnya dilakukan langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare menghadapi kondisi pasar, kompetitor jasa perbankan lain agar mampu bersaing dan tetap tumbuh. Berikut ini langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare, berikut ini jawaban informan:

Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare yang pertama kami mengutamakan lembaga-lembaga berbasis syariah atau menerapkan sistem Islam. Kemudian, yang menjadi sasaran selanjutnya yaitu kontraktor-kontraktor besar karena kadang pencairan dana mereka yang bersumber dari pemerintah daerah kadang mereka tidak pakai. Terus yang ketiga yaitu pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Parepare karena sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa Kota Parepare merupakan kota jasa dan terjadi transaksi yang menggunakan nominal cukup besar. Sasaran yang lain yaitu para Pegawai Negeri Sipil (PNS), karena beberapa PNS tidak mau menyimpan dananya di bank konvensional makanya nasabah tersebut menjadi sasaran kami.⁶⁵

Langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare dilakukan dengan melakukan pendekatan dengan

⁶⁵ Jufri, Jr Ao di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

lembaga-lembaga syariah, para pengusaha atau pebisnis di Kota Parepare dan PNS ataupun karyawan-karyawan. Tetunya mengetahui target pasar sebagai langkah strategis untuk dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare. Jufri juga mengungkapkan bahwa:

Selain itu juga dilakukan langkah lain dengan menyebarkan brosur di media *flayer* (pamflet digital). Kedua, kami melakukan sosialisasi dengan bekerja sama dengan pemerintah daerah. Sebagai contoh kami melakukan kerja sama mensukseskan kegiatan atau program-program pemerintah daerah tentunya dengan harapan menjadikan momen tersebut untuk melakukan promosi atau sosialisasi kepada masyarakat. Pada hari senin atau jum'at kadang kami melakukan kunjungan ke pasar atau pusat-pusat keramaian untuk menyebarkan brosur-brosur kami.⁶⁶

Menurut beliau langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare dilakukan dengan melakukan kerja sama dengan pemerintah daerah Kota Parepare dengan mengupayakan mensukseskan bersama kegiatan-kegiatan pemerintah. Selain itu, pengelolaan dana sesuai dengan pedoman Fatwa DSN-MUI. Sebenarnya tujuan investasi dilakukan dengan harapan bisa membiayai dan menggerakkan sektor riil atau nyata. Mereka juga membangun kerja sama dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Parepare, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada (AMSIR Parepare), dan beberapa Rumah Sakit di Kota Parepare serta berbagai fitur-fitur dan manfaat yang didapatkan dengan berinvestasi di Bank SulSelbar Cabang Parepare.

Berbagai langkah strategis dilakukan oleh Bank SulSelbar Cabang Parepare dengan berbagai langkah nyata dengan melakukan inovasi produk dan layanan, melakukan pemasaran secara konvensional maupun menggunakan

⁶⁶ Jufri, Jr Ao di Bank SulSelBar Cabang Parepare. *Wawancara*. Rabu, 14 September 2022.

media sosial, menggunakan pedoman Fatwa DSN-MUI dalam melakukan pengelolaan dana, bekerja sama dengan lembaga-lembaga syariah, kampus dan pemerintah daerah Kota Parepare.

B. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare

Strategi yang digunakan Kantor layanan syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk deposito mudharabah dengan melakukan *segmentasi, targeting* dan *positioning*. Strategi pemasaran yang juga digunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare yaitu strategi *marketing mix 7P*, yaitu *products, price, promotions, place, people, process, dan physical evidence*.

Terlihat bahwa kegiatan pemasaran produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare telah dilakukan dengan cara konvensional dengan terjun kelapangan atau menawarkan secara langsung kepada calon nasabah untuk berinvestasi menggunakan produk deposito mudharabah. Walaupun demikian kegiatan pemasaran juga dilakukan menggunakan beberapa media sosial dan digital seperti Instagram, website dan lain-lain. Kendati telah memiliki media website dan media sosial namun media tersebut belum dimanfaatkan maksimal untuk menawarkan produk dan Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare.

Diperlukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan maka dalam menyusun strategi pemasaran berbagai hal perlu

dipertimbangkan. Selain Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare strategi ini juga banyak digunakan oleh lembaga-lembaga keuangan lain yang juga bergerak dibidang perbankan dalam memasarkan berbagai produk dan layanan mereka. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rina Tri Rahayu diketahui bahwa strategi pemasaran deposito BTN Ritel Rupiah yang diterapkan Bank Tabungan Negara Yogyakarta yaitu strategi STP (segmenting, targeting dan positioning). Segmenting dilakukan untuk mengetahui aspek geografi, perilaku dan psikografi sekitar lingkungan yang menjadi cakupan pasar nantinya.

Kemudian, targeting pasar Bank Tabungan Negara Yogyakarta produk deposito BTN Ritel Rupiah adalah warga negara Indonesia yang berusia 30 tahun ke atas baik pria ataupun wanita yang memiliki pekerjaan atau berwirausaha di Yogyakarta khususnya wilayah Sleman. Berdasarkan psikografi maka target mereka adalah orang yang gemar berinvestasi baik calon nasabah yang memahami maupun belum memahami tentang produk deposito BTN Ritel Rupiah. Sedangkan, langkah strategi yang juga digunakan yaitu positioning Bank Tabungan Negara Yogyakarta produk deposito BTN Ritel Rupiah dengan menanamkan produk dibenak konsumen bahwa produknya menawarkan suku bunga yang kompetitif dengan jaminan keamanan yang tinggi dan minim resiko dibandingkan dengan produk deposito atau investasi lainnya. Mereka juga menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu *people*, *physical evidence* dan *proses*.⁶⁷

⁶⁷ Rina Tri Rahayu. Penerapan Strategi Pemasaran Produk Deposito BTN Ritel Rupiah di Bank Tabungan Negara Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. h. 57-59.

Terdapat perbedaan antara produk deposito mudharabah Kantor Layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare dengan produk deposito BTN Ritel Rupiah Bank Tabungan Negara Yogyakarta mulai dari sistem yang diterapkan menggunakan sistem akad mudharabah sedangkan deposito BTN Ritel Rupiah menggunakan sistem bunga walaupun keduanya menawarkan produk kompetitif dengan jaminan keamanan yang tinggi dan minim resiko.

2. Langkah Strategis dalam Pengembangan Pasar Perbankan Syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare

Berbagai langkah strategis dilakukan oleh Bank SulSelbar Cabang Parepare dengan berbagai langkah nyata dengan melakukan inovasi produk dan layanan, melakukan pemasaran secara konvensional maupun menggunakan media sosial, menggunakan pedoman Fatwa DSN-MUI dalam melakukan pengelolaan dana, bekerja sama dengan lembaga-lembaga syariah, kampus dan pemerintah daerah Kota Parepare.

Diungkapkan oleh Hafidh bahwa diperlukan perencanaan strategis pengembangan Bank Syariah di Indonesia. Ditengah kondisi perkembangan perusahaan sejenis, maka persaingan perusahaan sejenis tidak dapat dihindarkan. Untuk menghadapi persaingan tersebut, sebuah perusahaan memerlukan suatu proses pemahaman terhadap situasi internal perusahaan itu sendiri dan lingkungan eksternal dimana perusahaan akan bersaing. Dari pemahaman tersebut, kemudian perusahaan menentukan arah tentang strategi apa yang harus dilakukan di masa yang akan datang.

Beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh Bank Syariah yaitu penetrasi pasar, pengembangan produk-produk bank syariah yang kompetitif

dan inovatif, peningkatan kualitas pelayanan, peningkatan promosi dan sosialisasi terhadap produk-produk bank syariah secara efektif, peningkatan kerjasama dengan institusi lain, peningkatan jaringan kantor bank syariah, peningkatan cakupan pasar melalui aliansi strategis, peningkatan kualitas SDM, dan peningkatan efisiensi internal.⁶⁸

Untuk lebih jelas penulis akan membahas langkah strategis yang dapat dilakukan dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelbar Cabang Parepare, sebagai berikut:

a. Meningkatkan Promosi dan Sosialisasi terhadap Produk-Produk di Bank SulSelbar Cabang Parepare

Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang maksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁶⁹ Sehingga dalam melakukan komunikasi dan program promosi produk-produk di Bank SulSelBar Cabang Parepare maka langkah-langkah utama bagian promotor pada bagian pemasaran dapat melakukan:

- 1) Mengidentifikasi pendengar atau pemirsa
- 2) Menentukan tujuan komunikasi

⁶⁸ Hafidh Munawir. Perencanaan Strategis Pengembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta. 4.1 (2005), h. 41-48.

⁶⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Edisi-III; Yogyakarta: Andi, 2008), h. 219.

- 3) Merancang pesan
- 4) Mengalokasikan anggaran promosi
- 5) Merumuskan tentang bauran promosi
- 6) Mengukur hasil promosi
- 7) Mengelola dan mengkoordinasikan proses komunikasi pemasaran secara keseluruhan

Nur Listyawati mengungkapkan bahwa perbankan dalam pemasaran produk terlebih dahulu menentukan pasar pemasaran (*targeting*). Mengelompokkan masyarakat ke dalam beberapa segmen sesuai dengan manfaat dan kebutuhan masyarakat. Kemudian, menentukan posisi pasar (*positioning*), dalam strategi pemasan produk yang ditawarkan dengan berbagai fitur kemudahan dan pemberian fasilitas penunjang dalam melakukan transaksi. Dalam strategi pemasaran produk perbankan agar nasabah menjadi meningkat sebaiknya memenuhi beberapa elemen pemasaran yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion* dan *people*.⁷⁰

Tanpa adanya kegiatan promosi dan sosialisasi terhadap produk-produk di Bank SulSelbar Cabang Parepare jangan diharapkan konsumen akan tertarik dan mengetahui kelebihan apa yang ada pada produk yang dimiliki. Perusahaan dapat melakukan riset tentang kebutuhan dan keinginan masyarakat. Diperlukan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang diharapkan maka dalam menyusun strategi pemasaran berbagai hal perlu dipertimbangkan.

⁷⁰ Nur Listyawati. 'Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah di BNI KCP Pinrang (Analisis Ekonomi Syariah)'. *Skrripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, 2020, h. 72-73.

Promosi produk merupakan cara yang paling efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Salah satu tujuan dari promosi produk bank adalah untuk memberikan informasi tentang semua produk yang ditawarkan dan untuk menarik calon pelanggan baru. Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk menginformasikan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kelebihan, ciri khasnya, harganya, serta dimana dan bagaimana cara mendapatkannya. Kegiatan promosi penting, terutama pada saat keterbukaan informasi. Masyarakat dipenuhi dengan banjir informasi. Oleh karena itu, bank harus memilih cara yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat secara efektif.

Loyalitas adalah komitmen mendalam untuk memesan produk atau jasa yang dipilih di masa depan, bahkan ketika pengaruh situasional dan upaya pemasaran potensial menyebabkan perubahan perilaku. Dalam melakukan suatu kegiatan pasti ada halangan atau hambatan. Demikian pula dalam implementasi strategi pemasaran produk untuk mendorong perbankan meningkatkan loyalitas nasabah, terdapat kendala yang menantang bank untuk lebih berhati-hati dan waspada dalam memutuskan strategi yang akan diambil.

Dzikriyatul Fikriyah mengungkapkan bahwa kegagalan menarik pelanggan juga dapat dikaitkan dengan ketidakmampuan mempertahankan pelanggan yang dikelola, serta kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang bisnis pesaing. Banyak kiat pemasaran ditentukan dengan mengantisipasi mendapatkan informasi dan memahaminya. Informasi ini penting untuk mempertajam strategi dan menanggapi tindakan pesaing. Ketidakmampuan untuk memahami pesaing, pelanggan, dan lingkungan

dalam kaitannya dengan posisi seseorang berkontribusi pada kegagalan, begitu pula kegagalan untuk menarik atau mempertahankan pelanggan.⁷¹

b. Peningkatan SDM di Bank SulSelBar Cabang Parepare

Banyak kendala dalam perbankan syariah salah satunya masalah sumber daya manusia, sehingga diperlukan manajemen yang baik untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bank syariah. Untuk meningkatkan kualitas manajemen sumber daya manusia di perbankan syariah, diperlukan adanya pendidikan, pelatihan dan pendidikan lanjutan terkait dengan sumber daya manusia di perbankan syariah dan pelaksanaan sertifikasi.

SDM perbankan Syari'ah harus memiliki pengetahuan dan pemahaman di bidang bisnis, memahami implementasi prinsip-prinsip bisnis Islam, memiliki komitmen yang kuat untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah, dan konsisten dalam bekerja. (Berilmu dalam bekerja, bekerja dengan ilmu dan akhlak/mengetahui, memahami dan menghayati pekerjaannya). Pengembangan mutu SDM perbankan syari'ah merupakan tanggung jawab bersama. Pemerintah, lembaga pendidikan, lembaga perbankan dan masyarakat.⁷²

Pendidikan dan pelatihan tentang perbankan syari'ah adalah upaya jangka pendek yang dapat dilakukan untuk meningkatkan mutu SDM perbankan syari'ah saat ini. Sedangkan upaya dalam jangka panjang, yaitu

⁷¹ Dzikriyatul Fikriyah. 'Strategi Promosi Perbankan Syariah untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Cabang Semarang'. *Skripsi*. Fakultas Syariah IAIN Walisongo, 2012, h. 7.

⁷² Asnaini. 'Pengembangan Mutu SDM Perbankan Syariah Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Islam*, 2.1 (2008), h. 35-49.

dengan menyelenggarakan pendidikan yang bersinerji antara pengguna (bank), penanggung jawab pendidikan (pemerintah) dan penyelenggara pendidikan (perguruan tinggi), dengan segala konsekuensi yang ditimbulkannya. Salah satu kampus atau perguruan tinggi yang mencetak sarjana yang menguasai tentang perbankan syariah adalah Institut Agama Ialam Parepare sehingga dalam hal tersebut tentu menjadi peluang tersendiri bagi Bank SulSelBar Cabang Parepare untuk bekerjasama dengan Institut Agama Islam Parepare dalam upaya peningkatan kualitas SDM yang ada melalui berbagai kegiatan dan pelatihan.

c. Inovasi Produk dan Layanan di Bank SulSelbar Cabang Parepare

Pengembangan produk-produk syariah di Bank SulSelbar semakin kompetitif dan inovatif. Dengan beragam pilihan produk yang ditawarkan maka masyarakat memiliki beragam pilihan produk. Ferlangga Al Yozika mengungkapkan bahwa inovasi produk keuangan dan perbankan syariah merupakan pokok utama dalam pengembangan industry perbankan syariah, tentunya pengembangan harus didukung dengan kompetensi sumber daya manusia yang selain handal tetap berpegang teguh dengan prinsip-prinsip syariah. Bank-bank syariah harus memiliki produk inovatif yang semakin beragam agar bisa berkembang dengan baik. Inovasi juga harus dilakukan agar produk bank syariah tidak monoton dan dominan dengan akad tertentu ditengah bervariasinya kebutuhan bisnis masyarakat. Oleh karena itu, Otoritas

Jasa Keuangan (OJK) terus mendorong pelaku industry keuangan syariah untuk terus berinovasi demi kebutuhan masyarakat.⁷³

Faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi produk bisa dari internal maupun eksternal. Faktor internal berarti organisasi dan segala sesuatu di dalamnya, antara lain sumber daya manusia, budaya perusahaan, strategi perusahaan, struktur organisasi perusahaan. Sedangkan faktor eksternal adalah pertumbuhan pasar, tingkat persaingan, regulasi bank Indonesia, OJK dan Faktwa Dewan Syariah Nasional. Inovasi juga merupakan kunci untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing. Bagi dunia bisnis inovasi artinya pertumbuhan perusahaan. Bisa dikatakan perusahaan yang inovatif menjadi idaman para pemegang saham karena ia dapat mendongkrak laba perusahaan. Ketidak inovasian dapat menimbulkan stagnasi bisnis, dimana kondisi ini membuat rentannya terjadi pengurangan lapangan kerja. Karena perbankan syariah harus mampu berinovasi dan berfikir *out of box* agar bersaing dengan perbankan konvensional meingkatkan *market share*.

Semakin inovatif bank syariah membuat produk, semakin cepat pula pasar berkembang. Maka, lemahnya produk perbankan syariah maka mengakibatkan lambatnya pengembangan pasar. Lemahnya inovasi produk dan pengembangan pasar haruslah diatasi dengan tepat. Inovasi produk menjadi kunci perbankan syariah untuk lebih bermanfaat, kompetitif dan lebih berkembang dengan cepat sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Inovasi produk harus menjadi strategi prioritas bagi bank-bank syariah, karena

⁷³ Muhammad Amirul Mukminin, 'Pentingnya Manajemen Inovasi Pada Produk Perbankan Syariah Agar Bisa Bersaing dengan Bank Konvensional. *Jurnal*. 1.1 (2018) , h. 5.

inovasi memiliki peran penting dalam merambah dan menguasai pasar yang selalu berubah. Untuk itu, industry perbankan syariah dituntut melakukan pengembangan, kreativitas dan inovasi-inovasi produk baru. Keberhasilan sistem perbankan syariah di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan bank-bank syariah menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kemudahan transaksi sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan industry pasar.⁷⁴

Sehingga, bank syariah yang melakukan inovasi produk akan mampu bertahan dari sengitnya persaingan usaha dilembaga keuangan, serta mampu mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya sehingga harapan-harapan dan kebutuhan nasabah bisa terwujud. Peningkatan kualitas pelayanan melalui berbagai inovasi sesuai keinginan masyarakat. Sehingga masyarakat yang puas dengan pelayanan yang diberikan maka ia akan menjadi ujung tombak pemasaran selanjutnya. Masyarakat yang puas dengan pelayanan yang diberikan tentu akan secara sukarela akan memasarkannya kepada calon nasabah yang lain melalui cerita yang disampaikan (*personal selling*).

d. Pengembangan Jaringan Kantor Bank SulSelbar Cabang Parepare

Pembukaan jaringan kantor bank syariah ditujukan dalam rangka untuk memenuhi layanan perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah kepada masyarakat. Pembukaan jaringan kantor bank syariah bisa dalam bentuk kantor cabang atau unit syariah. Diharapkan dengan bertambahnya jumlah cabang atau unit akan semakin meningkatkan pertumbuhan aset dari bank

⁷⁴ Muhammad Amirul Mukminin, 'Pentingnya Manajemen Inovasi Pada Produk Perbankan Syariah Agar Bisa Bersaing dengan Bank Konvensional. *Jurnal*. 1.1 (2018) , h. 5-6.

syariah. Strategi pembukaan jaringan kantor bank perlu didukung dengan kemampuan keuangan yang memadai, antara lain tercermin pada ketersediaan alokasi modal inti sesuai lokasi dan jenis kantor bank. Selain itu, dalam rangka pertimbangan penyebaran jaringan kantor, bank didorong melakukan perluasan kewilayah yang kurang terlayani oleh jasa perbankan, guna mendukung upaya pengembangan pembangunan nasional.

Layanan perbankan yang luas serta terjangkau semua lapisan masyarakat dengan ekspansi jaringan kantor diharapkan akan berdampak kepada kinerja bank syariah. Pendapat Kazo Harimaya & Kazumine Kondo bahwa bank regional yang memperluas jaringan cabang bank ke tingkat tertentu akan menunjukkan inefisiensi biaya yang lebih rendah. Ekspansi cabang atau unit berdampak membuntukan bagi bank.⁷⁵ Tentu pembukaan jaringan kantor bank syariah disesuaikan dengan alokasi modal inti Bank SulSelBar khususnya cabang Parepare dikondisikan dengan kebutuhan masyarakat.

e. Peningkata Kerjasama dengan Instansi Lain

Bank SulSelBar Cabang Parepare telah melakukan beberapa kerjasama dengan instansi lain. Mereka juga membangun kerja sama dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Parepare, Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada (AMSIR Parepare), dan beberapa Rumah Sakit di Kota Parepare. Bank SulSelBar sebagai bank yang lahir di Makassar paling dekat dengan wilayah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat seharusnya memiliki jaringan

⁷⁵ Dwi Nur'aini Ihsan, 'Hubungan Ekspansi Jaringan Kantor dan Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Aset Bank Syariah'. *Jurnal Ilmu Akuntansi*. 12.1 (2019), h. 1.

kerjasama yang paling intens dengan instansi di wilayah Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat. Hal tersebut tentu membuka peluang bagi Bank SulSelBar Cabang Parepare untuk lebih dikenal oleh masyarakat dan tentunya berdampak positif bagi peningkatan perusahaan.

Penertrasi pasar (*market penetration*) merupakan alternative yang digunakan untuk mengembangkan strategi dalam perluasan cakupan pangsa pasar untuk suatu produk dan jasa tertentu.⁷⁶ Sebagai langkah konkrit upaya pengembangan pasar Bank SulSelBar khususnya cabang Parepare maka diperlukan penetrasi pasar secara berkelanjutan. Sulawesi Selatan dan Sulawesi Barat dengan mayoritas muslim terbesar menjadi pangsa pasar yang sangat potensial dan secara lebih luas di seluruh wilayah di Indonesia. Penetrasi pasar dapat menggandeng generasi milenial yang melek teknologi digital apalagi populasi penduduk di Indonesia didominasi oleh generasi muda. Penertrasi pasar (*market penetration*) merupakan alternative yang digunakan untuk mengembangkan strategi dalam perluasan cakupan pangsa pasar untuk suatu produk dan jasa tertentu.

Bank SulSelBar Cabang Parepare dapat menerapkan penetrasi pasar dengan bekerjasama dengan pihak luar, menghadirkan promo khusus, pengembangan fitur dan layanan dan memanfaatkan para tokoh-tokoh terkenal atau ustadz kondang atau artis agar masyarakat bisa lebih mengenal sehingga hal tersebut meningkatkan daya saing perusahaan dengan bank lainnya. Perbankan syariah kita harus membuat strategi yang tepat agar

⁷⁶ Zhulaydar Esa Putri, *et. al.*, eds., 'Strategi Penetrasi Pasar Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan E-Commerce di Indonesia'. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Program Pascasarjana Muhammadiyah Tangerang. 10.2 (2021), 216-220.

konsumen akan terus tertarik terhadap produk bank syariah yang mengedepankan bagi hasilnya. Dalam menyusun strategi kita diharapkan memiliki wawasan agar strategi yang dibuat mendapat nilai baik dan berefek terhadap kemajuan perusahaan. Tujuan dilakukan strategi pemasaran produk Bank SulSelBar Cabang Parepare untuk meminimalisir adanya kegagalan dan target yang diinginkan bisa tercapai.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Adapun kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu:

1. Strategi pemasaran produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar Cabang Parepare dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk deposito mudharabah dengan melakukan *segmentasi, targeting* dan *positioning*. Strategi pemasaran yang juga digunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulsebar Cabang Parepare yaitu strategi *marketing mix 7P*, yaitu *products, price, promotions, place, people, process*, dan *physical evidence*.
2. Langkah strategis dalam pengembangan pasar perbankan syariah di Bank SulSelBar Cabang Parepare, antara lain melakukan inovasi produk dan layanan, melakukan pemasaran secara konvensional maupun menggunakan media sosial, menggunakan pedoman Fatwa DSN-MUI dalam melakukan pengelolaan dana, bekerja sama dengan lembaga-lembaga syariah, kampus dan pemerintah daerah Kota Parepare dan berbagai fitur-fitur dan manfaat yang didapatkan dengan berinvestasi di Bank SulSelbar Cabang Parepare.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu:

1. Dalam menjalankan bisnis syariah agar tetap mengedepankan nilai-nilai syariah agar dapat menjadi pembeda dan ciri khas tersendiri dengan bank konvensional.

2. Diperlukan kegiatan sosialisasi secara berkelanjutan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah kepada seluruh lapisan masyarakat agar produk-produk perbankan syariah bisa lebih dikenal.
3. Kegiatan investasi dapat lebih dikembangkan dengan melakukan kerja sama dengan Lembaga Pendidikan Islam, Masjid, serta sasaran lain untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan produk-produk syariah khususnya di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'anul Karim

- Amir, Taufik. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Saifuddin, Anwar. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar, 2014.
- Asnaini. 'Pengembangan Mutu SDM Perbankan Syariah Sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Islam', *Jurnal Ekonomi Islam*, 2.1 (2008).
- Bank SulSelBar. Naskah Publikasi Laporan Keuangan Bank SulSelBar Per 31 Desember 2017-2021. <https://www.banksulselbar.co.id/download/laporan-keuangan-publikasi>.(27 Agustus 2022)
- Bank SulSelBar. Layanan Syariah Bank SulSelBar <https://banksulselbar.co.id/page/pendanaan-uus>. (23 September 2022).
- Bungin, Burhan. *Analisis Data Penelitian Kualitatif* . Cet. VIII; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- _____. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Ihsan, Dwi Nur'aini. 'Hubungan Ekspansi Jaringan Kantor dan Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Aset Bank Syariah'. *Jurnal Ilmu Akuntansi*. 12.1 (2019).
- Fikriyah, Dzikriyatul. 'Strategi Promosi Perbankan Syariah untuk Meningkatkan Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Cabang Semarang'. *Skripsi*. Fakultas Syariah IAIN Walisongo, 2012.
- Syaripudin, Enceng Lip. Perbedaan Antara Sistem Keuangan Islam dan Konvensional. *Eksisbank. Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*. 4.2 (2020). <http://journal.sties-purwakarta.ac.id/index.php/EKSISBANK/article/view/139/64> (27 Agustus 2022)
- Tjiptono, Fandy *Strategi Pemasaran*. Edisi-III; Yogyakarta: Andi, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4; Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Rangkuti, Freddy *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia, 2013.
- Munawir, Hafidh. Perencanaan Strategis Pengembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*. Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta. 4.1 (2005).
- Riofita, Hendra. *Strategi Pemasaran*. Pekanbaru: CV Mutiara Pesisir Sumatra, 2015.
- Maretta, Intan Delis. *Strategi Pemasaran Deposito iB pada PT. BPRS Al-Makmur Melalui Pendekatan Analisis SWOT*. Batusangkar: IAIN Batusangkar, 2018.
- Intitut Agama Islam Negeri Parepare, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Edisi. I; Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.

- Isnaini, <http://www.msi-iii.net/membangun%20Sistem%20Ekonomi> (diakses pada tanggal 25 Oktober 2019)
- Maleong, J. Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: RemajaRosdakarya, 2016.
- Aditya, K. dan I. Wardana. 'Peran Brand Equity Dalam Memediasi Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Niat Beli'. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6.2 (2017).
- Munif, Khanif. *Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah dalam Menarik Minat Masyarakat di Bank Syariah Bukopin Cabang Semarang*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo, 2017.
- Umam, Khotibul *Legislasi Fikih Ekonomi dan Penerapannya dalam Produk Perbankan Syariah di Indonesia*. Cet. I; Yogyakarta: BPFE, 2011.
- Umam, Khotibul. *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Philip, Kotler. Amstrong Gary. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi-XII; Penerbit Erlangga, 2013.
- Moleong, Lexy. J.. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016.
- Ghony, M. Djunaidi dan Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Maisah, M., Mahdayeni, Maryam Maryam dan Muhammad Roihan Alhaddad, 'Penerapan 7P Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan Tinggi.' *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1.4 (2020).
- Maharani, et. al. eds, 'Revenue Sharing or Profit Sharing? Akuntan Alasannya', *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*: 4.2 (2021).
- Sa'diyah, Mahmudatus. & Meuthiya Athifa Arifin. 'Mudharabah Dalam Fiqih dan Perbankan Syari'ah', *EQUILIBRUM: Jurnal*, 1.2 (2013).
- Mukminin, Muhammad Amirul. 'Pentingnya Manajemen Inovasi Pada Produk Perbankan Syarih Agar Bisa Bersaing dengan Bank Konvensional. *Jurnal*. 1.1 (2018).
- Kambali, Muhammad. 'Produk Operasionalisasi Bank Syari'ah: Studi Penerapan Prinsip Syari'ah Mandiri (BSM) dan Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB)', *Al-Iqtishod; Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9.1 (2021).
- Antonio, Muhammad Syafi'i. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2014.
- Listyawati, Nur. *Strategi Pemasaran Produk Perbankan Terhadap Upaya Peningkatan Nasabah di BNI KCP Pinrang (Analisis Ekonomi Syariah): Skripsi*. Parepare: IAIN Parepare, 2020.
- Nurdyansah, *Penerapan Strategi Bauran Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Konvensional Dan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Usaha Kecil Tahu Jawa di Desa Branggas-Kediri)*

- Kotler, Phillip. dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2; Jakarta: PT. Indeks, 2016.
- Purnamawati, I Gusti Ayu, *et. al.* eds. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Entaresman, R. Ajeng., Strategi Pemasaran terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang X. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. 9.1 (2016). (55-78). <https://media.neliti.com/media/publications/52574-ID-strategi-pemasaran-terhadap-penjualan-pr.pdf>. (27 Agustus 2022).
- Rahayu, Rina Tri. Penerapan Strategi Pemasaran Produk Deposito BTN Ritel Rupiah di Bank Tabungan Negara Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
- Margono, S. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka, 2014.
- Basrowi, Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008.
- Malik, Tajuddin. 'Penghimpunan dan Penyaluran Dana PT. Bank Syariah Indonesia', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*. 5.2 (2022).
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare, *Pedoman Penulisan KarIlmiah IAIN Parepare*. Parepare; IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*. Jilid V; Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta: PT Grasindo, 2005).
- Batubara, Zakaria. Penetapan Harga Jual Beli Dalam Akad Murabahah Pada Bank Syariah. *IOTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 4.2. (2015), h. 163-176. Diakses: <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/iqtishaduna/article/view/71>.
- Zhulaydar Esa Putri, *et. al.*, eds., 'Strategi Penetrasi Pasar Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan E-Commerce di Indonesia'. *Jurnal Manajemen Bisnis*. Program Pascasarjana Muhammadiyah Tangerang. 10.2 (2021).

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 Instrumen Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
	INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yunita
 NIM : 15.2300.082
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Prodi : Perbankan Syariah
 Judul : Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Kantor
 Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara Kepada Pihak Kantor Layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare:

1. Menurut pandangan Bapak/Ibu, apa yang dimaksud dengan produk deposito mudharabah khususnya di Bank Sulselbar Cabang Parepare?
2. Bagaimana persyaratan dan mekanisme menjadi nasabah produk deposito mudharabah di Bank Sulselbar Cabang Parepare?

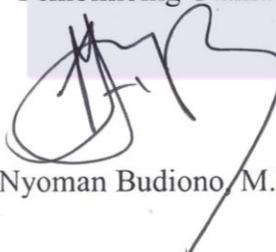
3. Apa saja keunggulan dan keutamaan produk deposito mudharabah di Bank Sulselbar Cabang Parepare jika dibandingkan dengan produk deposito di bank yang lain sehingga masyarakat sebaiknya menggunakan produk tersebut?
4. Siapa saja yang menjadi sasaran/target nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare ?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang Bapak/Ibu gunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare?
6. Apakah pihak Bank Sulselbar Cabang Parepare memiliki jaringan kerjasama dengan pihak lain untuk meningkatkan produk deposito mudharabah? Seberapa efektif jaringan kerjasama yang dibangun?

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 20 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing Utama



(I Nyoman Budiono, M.M.)

Pembimbing Pendamping



(Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M)

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307	
	INSTRUMEN PENELITIAN SKRIPSI	

NAMA MAHASISWA : YUNITA
 NIM : 15.2300.082
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : PERBANKAN SYARIAH
 JUDUL : STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI KANTOR LAYANAN SYARIAH BANK SULSELBAR CABANG PAREPARE

PEDOMAN DOKUMENTASI

Berilah tanda cek (√) pada kolom “Ada” apabila aspek yang diamati muncul dan berilah tanda cek pada kolom “Tidak” apabila aspek yang diamati tidak muncul serta tuliskan deskripsi mengenai aspek yang diamati jika diperlukan.

No.	Dokumen yang dibutuhkan	Jenis Dokumen		Keterangan
		Ada	Tidak	
1.	Struktur Organisasi Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare	√		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Koordinator KLS ➤ JR. Account Officer ➤ JR. Analis

				Pembiayaan
2.	Uraian Tugas, Fungsi dan Tanggung Jawab Karyawan di Kantor Layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare	√		Tertuang dalam buku pedoman perusahaan
3.	Laporan Deposito Mudharabat di Kantor Layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare	√		Data Rahasia Perbankan
4.	Data Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Deposito Mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare	√		Data Rahasia Perbankan

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

Parepare, 20 Agustus 2022

Mengetahui,

Pembimbing Utama


(I Nyoman Budiono, M.M.)

Pembimbing Pendamping


(Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M)

DATA MENTAH HASIL WAWANCARA

TRANSKRIP WAWANCARA

1. Menurut pandangan Bapak/Ibu, apa yang dimaksud dengan produk deposito mudharabah khususnya di Bank Sulselbar Cabang Parepare?

“Deposito Mudharabah di Bank SulSelBar merupakan salah satu produk unggulan dengan bentuk pendanaan unit usaha syariah karena sangat menguntungkan dan memberikan rasa aman kepada nasabah. Dengan melakukan investasi di Bank SulSelBar kami memberikan jaminan keamanan dan sangat amanah karena dana deposito anda dikelola sesuai prinsip syariah dan profesional serta imbalan hasil maksimal sesuai nisbah yang disepakati”_Muhammad Yasin Katara.

“Katara Bank BPD SulSelBar atau lebih dikenal dengan Bank SulSelBar sebenarnya bank yang telah berdiri sejak 1961. Dengan periode tersebut berbagai peningkatan produk dan layanan dilakukan. Salah satu produk kami yaitu produk deposito mudharabah. Masih banyak produk-produk yang dimiliki oleh Bank SulSelBar khususnya kantor layanan syariah Parepare seperti simpanan, pinjaman, vales, trade finance & services serta produk-produk syariah. Jika dihubungkan dengan pertanyaan anda maka deposito mudharabah merupakan salah satu produk syariah atau pendanaan unit usaha syariah disamping produk lain berupa giro wadiah, giro mudharat, tabungan syariah, tabungan hatam, dan tabungan simple IB. Kalau berbicara produk deposito mudharabah di Bank SulSelBar maka produk ini merupakan pilihan investasi yang menguntungkan bagi para pelanggan/nasabah. Selain menguntungkan kami mengelola dana yang diinvestasikan dengan amanah sesuai dengan prinsip syariah. Sistem bagi hasil tentunya sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dengan nasabah atau dengan kata lain sesuai dengan nisbah yang disepakati”._Jufri.

2. Bagaimana persyaratan dan mekanisme menjadi nasabah produk deposito mudharabah di Bank Sulselbar Cabang Parepare?

“Produk deposito mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare ditujukan untuk perorangan dan lembaga berbadan hukum. Untuk memulai menjadi nasabah maka terlebih dahulu mengisi formulir pembukaan rekening deposito mudharabah. Nasabah memiliki saldo awal minimal Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah). Selain itu, memiliki rekening tabungan syariah atau giro wadiah di Bank SulSelBar Syariah. Saat ingin melakukan pembukaan deposito mudharabah, nasabah harus membawa identitas diri berupa KTP, SIM, atau Passport yang masih berlaku dan bagi lembaga berbadan hukum wajib melampirkan dokumen sesuai persyaratan yang berlaku. Kemudian, dilakukan akad bagi hasil antara pihak Bank SulSelBar dengan calon nasabahnya. Produk deposito mudharabah Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare memiliki harga (setoran awal) yang relatif terjangkau sesuai nisbah bagi hasil yang dilakukan pihak bank dengan calon nasabah juga terbilang kompetitif sehingga

menjadikan masyarakat tertarik untuk memilih produk tersebut. Bagi perorangan saldo awal minimal 1.000.000,- (satu juta rupiah) sedangkan lembaga/perusahaan berbadan hukum saldo awal minimal 5.000.000,- (lima juta rupiah)"._Muhammad Yasin Katara.

3. Apa saja keunggulan dan keutamaan produk deposito mudharabah di Bank Sulselbar Cabang Parepare jika dibandingkan dengan produk deposito di bank yang lain sehingga masyarakat sebaiknya menggunakan produk tersebut?

Keunggulan produk deposito mudharabah di Bank Sulselbar khususnya Kantor Layanan Syariah Cabang Parepare yang pertama yaitu sistem bagi hasil yang kompetitif. Kemudian, ada jangka waktu yang sebelumnya telah kami sampaikan tadi 1,3,6, 12 Bulan. Keunggulan yang ketiga dapat diperpanjang secara otomatis atau ARO (Automatic Roll Over) Deposito. Kemudian bagi hasil yang dibayarkan tiap bulan, bagi hasil langsung masuk ke rekening syariah Bank SulSelBar"._Jufri Jr.

Keunggulan dan manfaat menjadi nasabah deposito mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare yaitu memiliki berbagai fitur-fitur dengan berbagai manfaatnya. Pertama, nisbah bagi hasil yang kompetitif. Fitur deposito mudharabah dengan jangka waktu 1,3,6,12 bulan. Dapat diperpanjang secara otomatis atau disebut dengan *automatic roll over*. Bagi hasil yang dibayarkan pada setiap bulannya yang langsung masuk ke rekening tabungan syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare. Kemudian, mendapatkan *Billyet* deposito sebagai bukti investasi bagi nasabah. Dengan berbagai fitur-fitur tersebut berbagai manfaat yang dapat dirasakan oleh nasabah perorangan atau lembaga berbadan hukum yaitu investasi yang dilakukan sangat aman karena dijamin oleh pemerintah. Selain itu, pengelolaan dana sesuai dengan pedoman Fatwa DSN-MUI. Sebenarnya tujuan investasi dilakukan dengan harapan bisa membiayai dan menggerakkan sektor riil atau nyata. Manfaat yang lain yaitu menjadi nasabah produk deposito mudharabah dapat dipergunakan sebagai jaminan dan referensi bank"._ Muhammad Yasin Katara.

4. Siapa saja yang menjadi sasaran/target nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare ?

"Strategi pemasaran yang kami gunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare dengan menggunakan *market segmentation*, terdapat pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Parepare karena sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa Kota Parepare merupakan kota jasa dan terjadi transaksi yang menggunakan nominal cukup besar. Masyarakatnya lainnya seperti guru, karyawan BUMN, swasta, wiraswasta, pedagang dan lain lain tentunya dengan pekerjaan, tingkat pendidikan, dan kebutuhan yang beranekaragam. Sebagai bagian pemasaran tentunya sangat penting mengetahui kondisi masyarakat Kota Parepare secara keseluruhan"._Jufri Jr.

Kemudian, yang menjadi sasaran selanjutnya yaitu kontraktor-kontraktor besar karena kadang pencairan dana mereka yang bersumber dari pemerintah daerah kadang mereka tidak pakai. Terus yang ketiga yaitu pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Parepare karena sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa Kota Parepare merupakan kota jasa dan terjadi transaksi yang menggunakan nominal cukup besar. Sasaran yang lain yaitu para Pegawai Negeri Sipil (PNS), karena beberapa PNS tidak mau menyimpan dananya di bank konvensional makanya nasabah tersebut menjadi sasaran kami”. _Muhammad Yasin Katara.

5. Bagaimana strategi pemasaran yang Bapak/Ibu gunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare?

“Strategi pemasaran yang kami gunakan untuk meningkatkan nasabah produk deposito mudharabah di Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare dengan menggunakan *market segmentation*, terdapat pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Parepare karena sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa Kota Parepare merupakan kota jasa dan terjadi transaksi yang menggunakan nominal cukup besar. Masyarakatnya lainnya seperti guru, karyawan BUMN, swasta, wiraswasta, pedagang dan lain lain tentunya dengan pekerjaan, tingkat pendidikan, dan kebutuhan yang beranekaragam. Sebagai bagian pemasaran tentunya sangat penting mengetahui kondisi masyarakat Kota Parepare secara keseluruhan”. _Jufri.

“Kantor layanan syariah Bank Sulselbar Cabang Parepare yang pertama kami mengutamakan lembaga-lembaga berbasis syariah atau menerapkan sistem Islam. Kemudian, yang menjadi sasaran selanjutnya yaitu kontraktor-kontraktor besar karena kadang pencairan dana mereka yang bersumber dari pemerintah daerah kadang mereka tidak pakai. Terus yang ketiga yaitu pengusaha-pengusaha yang ada di Kota Parepare karena sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa Kota Parepare merupakan kota jasa dan terjadi transaksi yang menggunakan nominal cukup besar. Sasaran yang lain yaitu para Pegawai Negeri Sipil (PNS), karena beberapa PNS tidak mau menyimpan dananya di bank konvensional makanya nasabah tersebut menjadi sasaran kami”. _Jufri.

“Selain itu juga dilakukan langkah lain dengan menyebarkan browsur di media *flyer* (pamflet digital). Kedua, kami melakukan sosialisasi dengan bekerja sama dengan pemerintah daerah. Sebagai contoh kami melakukan kerja sama mensukseskan kegiatan atau program-program pemerintah daerah tentunya dengan harapan menjadikan momen tersebut untuk melakukan promosi atau sosialisasi kepada masyarakat. Pada hari senin atau jum’at kadang kami melakukan kunjungan ke pasar atau pusat-pusat keramaian untuk menyebarkan browsur-browsur kami”. _Jufri.

6. Apakah pihak Bank Sulselbar Cabang Parepare memiliki jaringan kerjasama dengan pihak lain untuk meningkatkan produk deposito mudharabah? Seberapa efektif jaringan kerjasama yang dibangun?

“Kalau jaringan kerja sama yang sudah berjalan saat ini dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada (AMSIR Parepare), dan beberapa Rumah Sakit”. _Muhammad Yasin Katara.



Lampiran 2 Dokumentasi



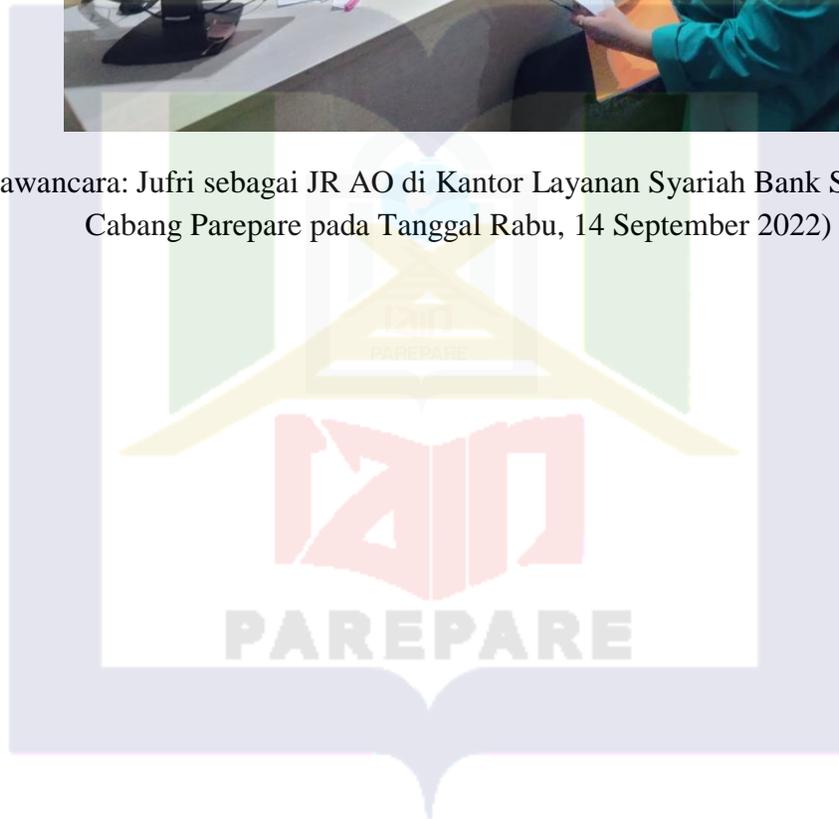
(Observasi: Halaman Depan Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare)



(Wawancara: Muhammad Yasin Katara, S.H. sebagai JR Analis Pembiayaan di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare pada Tanggal Rabu, 14 September 2022)



(Wawancara: Jufri sebagai JR AO di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare pada Tanggal Rabu, 14 September 2022)



Lampiran 3 Surat Permohonan Penelitian


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2516/In.39.8/PP.00.9/06/2022
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
 Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Di
 KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

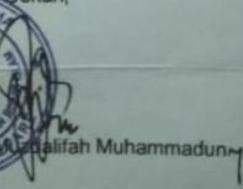
Nama : YUNITA
 Tempat/ Tgl. Lahir : PACCOKA, 04 JUNI 1996
 NIM : 15.2300.082
 Fakultas/ Program Studi : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/PERBANKAN SYARIAH
 Semester : XIV (EMPAT BELAS)
 Alamat : JL WATANG BACUKIKI, KELURAHAN LUMPUE,
 KECAMATAN BACUKIKI BARAT KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI KANTOR LAYANAN SYARIAH BANK SULSELBAR CABANG PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juni sampai selesai.
 Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

30 Juni 2022
 Dekan,

 Saifulah Muhammadun



Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

		SRN IP000485
PEMERINTAH KOTA PAREPARE		
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU		
<i>Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id</i>		
REKOMENDASI PENELITIAN		
Nomor : 485/IP/DPM-PTSP/7/2022		
<p>Dasar :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penertitan Rekomendasi Penelitian. 3. Peraturan Walikota Parepare No. 45 Tahun 2020 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizhan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. 		
Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :		
MENGIZINKAN		
KEPADA NAMA	: YUNITA	
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE	
Jurusan	: PERBAKAN SYARIAH	
ALAMAT	: JL. WATANG BACUKIKI PAREPARE	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
JUDUL PENELITIAN	: STRATEGI PEMASARAN PRODUK DEPOSITO MUDHARABAH DI KANTOR LAYANAN SYARIAH BANK SULSELBAR CABANG PAREPARE	
LOKASI PENELITIAN	: BANK SULSELBAR CAB. PAREPARE	
LAMA PENELITIAN	: 12 Juli 2022 s.d 12 Agustus 2022	
a.	Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung	
b.	Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan	
<p>Dikeluarkan di: Parepare Pada Tanggal : 13 Juli 2022</p>		
<p>KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE</p>		
<p> Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM</p>		
<p>Pangkat : Pembina (IV/a) NIP : 19741013 200604 2 019</p>		
Biaya : Rp. 0.00		

Lampiran 5 Keterangan Wawancara dengan Narasumber/Informan

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD YASIN KATARO
 Tempat/Tanggal Lahir : PANGKAJENE, 31 AGUSTUS 1992
 Jabatan : IR. ANALIS PEMBIAYAAN
 Alamat : PAREPARE
 Pendidikan Terakhir : S1 (HUKUM)

Menerangkan bahwa:

Nama : Yunita
 NIM : 15.2300.082
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Kampus : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare". Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 14 SEPTEMBER 2022


 YASIN

KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zuhri
 Tempat/Tanggal Lahir : Takmat 10/09/1992
 Jabatan : JR AO
 Alamat : MMI Blok H 3 Kap Murot
 Pendidikan Terakhir : SMA

Menerangkan bahwa:

Nama : Yunita
 NIM : 15.2300.082
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Kampus : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Benar telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare". Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 14/09/2022

.....


Lampiran 6 (Biorafi Penulis)**BIOGRAFI PENULIS**

Yunita (15.2300.082) adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua Ayahanda Rahman dan Ibunda Warda sebagai anak tunggal. Penulis dilahirkan di Paccoka pada tanggal 4 Juni 1996. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari SDN 299 Paccoka (lulus tahun 2008), melanjutkan ke SMP/Sederajat/Paket B (lulus tahun 2012) dan Mandrasah Aliyah Negeri 1 Parepare (lulus tahun 2015).

Hingga akhirnya mampu menempuh masa kuliah di Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam dan Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Dengan motivasi dan semangat belajar dan berusaha. Segala puji bagi Allah swt. penulis telah berhasil menyelesaikan mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan manfaat kepada para pembaca karena sebaik-baik manusia adalah yang memberikan manfaat bagi orang lain. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Strategi Pemasaran Produk Deposito Mudharabah di Kantor Layanan Syariah Bank SulSelBar Cabang Parepare”**.

