

TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK FUNDING BERDASARKAN
KEBUTUHAN NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA
KCP METRO**

Oleh :

AJI FAJAR KURNIAWAN

NPM: 14122468



**Program : D3 Perbankan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMAN ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1438 H/2017 M**

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK FUNDING BERDASARKAN
KEBUTUHAN NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA
KCP METRO**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar A.Md pada Program Diploma Tiga (D3) Perbankan Syariah**

**Oleh :
AJI FAJAR KURNIAWAN
NPM: 14122468**

Pembimbing : Suraya Murcitaningrum, M.Si.

**Program : D3 Perbankan Syariah
Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO
1438 H/2017 M**

ABSTRAK

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK FUNDING BERDASARKAN
KEBUTUHAN DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA**

KCP METRO

Oleh: AJI FAJAR KURNIAWAN

NPM: 14122468

Sebagai lembaga keuangan yang bergerak di bidang perbankan syariah, fungsi utama dari bank syariah adalah menghimpun dan menyalurkan dana yang juga sering disebut *funding dan financing*. *Funding* merupakan salah satu faktor penting dalam dunia perbankan untuk menjaga likuiditas bank agar tetap stabil, yang dimana kegiatan *funding* tidak hanya untuk menawarkan produk penghimpunan dana tetapi juga sebagai sarana dakwah dan mempromosikan bank syariah serta bisa mendatangkan manfaat bagi nasabah. Untuk dapat mengakomodir semua itu dibutuhkan cara yang tepat untuk dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan nasabah dan pihak bank, untuk itu tugas akhir ini akan menjawab rumusan masalah tentang apa saja yang menjadi kebutuhan nasabah *funding* dan apa saja produk *funding* bank yang dapat memenuhi kebutuhan itu.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat deskriptif. Pengumpulan data ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik data kualitatif dengan berfikir induktif. Manfaat dari penelitian ini yaitu memperkaya khazanah keilmuan serta wawasan praktik perbankan khususnya berkaitan dengan Strategi pemasaran produk *funding* berdasarkan kebutuhan di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.

Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran berupa metode *door to door* dan metode referal pada produk *funding* yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Produk tersebut adalah tabungan iB Muamalat Haji dan Umroh, Tabungan iB Muamalat, Tabungan Muamalat Dollar, TabunganKu, Tabungan iB Muamalat Rencana, Tabungan Muamalat Prima iB, Tabungan iB Muamalat Sahabat, Giro Muamalat *Attijary* iB, giro Muamalat Ultima iB, Deposito *Mudharabah* iB Muamalat.

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN PRODUK
FUNDING BERDASARKAN
KEBUTUHAN DI PT. BANK
MUAMALAT INDONESIA KCP
METRO

Nama : Aji Fajar Kurniawan

NPM : 14122468

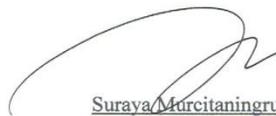
Program : D3 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di munaqsyahkan dalam sidang munaqsyah jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing



Suraya Murtaningrum, M.Si
NIP. 19801116 200912 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iring Mulyo Metro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507 e-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id, website: www.metrouniv.ac.id

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

No. B-~~057~~/In.28/FEBI/PP.00.91.8.12017

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK FUNDING BERDASARKAN KEBUTUHAN NASABAH DI PT. BANK MUAMALAT INDONESIA KCP METRO, disusun oleh Nama : AJI FAJAR KURNIAWAN, NPM: 14122468, Program : D3 Perbankan Syariah telah diujikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Rabu/ 19 Juli 2017.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR :

Ketua : Suraya Murcitaningrum, M.Si
 Penguji I : Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
 Penguji II : Rina El Maza, M.S.I
 Sekretaris : Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy



Dekan,



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
 NIP. 197209232000032002

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Aji Fajar Kurniawan
NPM : 14122468
Jurusan : D3 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 19 Juli 2017

Yang menyatakan,



Aji Fajar Kurniawan

NPM. 14122468

MOTTO

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا كُلٌّ فِي

كِتَابٍ مُبِينٍ (٦)

“Dan tidak ada suatu binatang melata pun di bumi melainkan Allah-lah yang memberi rezekinya, dan Dia mengetahui tempat berdiam binatang itu dan tempat penyimpanannya. Semuanya tertulis dalam Kitab yang nyata (Lauh mahfuzh).” (QS. Al-Hud:6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini di persembahkan kepada :

1. Kepada Orang Tua peneliti Bapak Herwanto dan ibu Ida Rosita yang telah merawat dan membesarkan peneliti serta memberikan dorongan dan memotivasi dalam doa restu kepada peneliti.
2. Kepada Kakek yang selalu mendoakan .
3. Kepada pembimbing tugas akhir ibu Suraya Murcitaningrum yang memberi banyak pelajaran.
4. Kepada pembimbing akademik ibu Rina El Maza yang memberi motivasi
5. Raymond Fadli, Gusti Riyandhi, Santiya Pratiwi, Ani Filmas , Siti Alya, Misaf Khan, Krisna Utama yang selalu mendoakan dan memberi inspirasi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji Syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat kekuatan dan petunjuk kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Funding Berdasarkan Kebutuhan Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro”.

Peneliti menyadari dalam penelitian Tugas Akhir ini telah banyak mendapatkan bantuan, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti dalam kesempatan ini menghaturkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Prof. Dr.Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kota Metro Lampung.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Zumaroh S.E.I, selaku Ketua Program Diploma Tiga (D-III) Perbankan Syariah IAIN Metro
4. Ibu Suraya Murcitaningrum, M.Si selaku dosen pembimbing.
5. Dosen dan Staf IAIN Metro.
6. Bapak Muntholib selaku *Sub Brand Manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

7. Staf dan Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro
8. Rekan-rekan sealmamater dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah turut membantu baik material maupun spiritual.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian Tugas Akhir ini, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun, guna penyempurnaan penelitian ini dimasa yang akan datang. Akhir kata peneliti hanya dapat berharap semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu pendidikan Perbankan Syariah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Metro, 14 Juli 2017

Peneliti



AJI FAJAR KURNIAWAN
NPM. 14122468

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN ABSTRAK.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
.....	
B. Rumusan Masalah	4
.....	
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
.....	
D. Metode Penelitian.....	5
.....	
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran Bank Syariah	10
1. Pengertian Bank Syariah.....	10
2. Strategi Pemasaran	11
3. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah.....	
B. <i>Funding</i>	14
1. Pengertian <i>Funding</i>	14
2. Produk <i>Funding</i>	14
3. Prinsip produk <i>Funding</i>	

C. Kebutuhan	19
1. Teori Kebutuhan Manusia.....	19
2. Pengaruh Lingkungan Terhadap Konsumen	22
3. Jenis-Jenis Kebutuhan	28
4. Faktor Determinan Terhadap Nasabah <i>Funding</i>	31
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Umum PT. Bank Muamalat Indonesia.....	34
B. Produk <i>Funding</i> PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro	36
C. Usaha PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro Dalam Mendekati Nasabah	43
D. Analisis Data	47
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pembimbing Tugas Akhir

Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 3 Surat keterangan Bebas Pustaka

Lampiran 4 Outline

Lampiran 5 Alat Pengumpul Data

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki fungsi dasar sebagai lembaga intermediasi keuangan (*financial intermediary institution*), yakni menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹ Bank sangat dibutuhkan bagi masyarakat baik yang memiliki uang maupun masyarakat yang memerlukan uang untuk memenuhi kebutuhannya. Bank sangat berperan dalam meningkatkan perekonomian suatu negara, maupun masyarakat luas.

Bank Islam atau yang biasa dikenal dengan bank syariah, adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan suku bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan hadis.² Bank syariah dikembangkan sebagai lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada

¹ Lihat definisi Bank dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan

² Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 15

pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat.

Dana *funding* merupakan amanah yang harus dijaga keamanan dan kemaslahatannya bagi pemilik dana dan bank. Oleh karena itu, setiap proses penghimpunan dan penerimaan dana harus dilakukan berdasarkan ketentuan peraturan Bank Indonesia, fatwa DSN ataupun peraturan intern bank yang didasarkan pada asas penerimaan, yaitu kebijakan pokok penghimpunan dana bank syariah sebagai lembaga intermediasi dalam mengelola dana masyarakat harus memiliki komitmen dan integritas. Oleh karena itu, setiap proses penghimpunan dana harus mempertimbangkan asas penghimpunan dana yang sehat.³

Sulitnya mencari nasabah merupakan masalah tersendiri bagi perbankan faktor-faktor tersebut disebabkan oleh banyak hal seperti nasabah sudah memiliki *account* di bank lain, kesibukan nasabah yang sulit ditemui dan masalah pengetahuan produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan yang namanya strategi pemasaran, Menurut Philip kotler strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya.

³ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.149

Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran⁴.

Terkait *funding* masih ada yang belum paham tentang produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, padahal jika calon nasabah memahami produk-produk dari Bank Syariah yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro maka nasabah dapat memilih mana produk yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah terutama dalam produk *funding*. tetapi karena kurangnya strategi pemasaran yang ada di Bank Syariah dimana prinsipnya yang menggunakan sistem bagi hasil, sebagian masyarakat menganggap Bank syariah tidak banyak perbedaan dengan sistem bank konvensional. Sehingga nasabah hanya tahu jika pada Bank Syariah tidak memakai sistem bunga, Apabila pihak manajemen Bank syariah dapat memahami perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menabung maka pihak manajemen dapat mengedukasi nasabah agar dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya sehingga antara pihak bank dan nasabah sama-sama memperoleh keuntungan⁵.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengangkat judul “*Strategi pemasaran Produk funding Berdasarkan Kebutuhan Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro*”

⁴ Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. (Jakarta: Penerbit Prenhalindo, 2004), h. 81

⁵ Wawancara dengan bapak Tukino selaku *Relation Manager Funding* PT. Bank Muamalat Indonesia, tanggal 3 April 2017

yang memiliki kegiatan penting sebagai pendongkrak perekonomian masyarakat khususnya di wilayah Metro yang mempunyai peran sebagai penghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dengan prinsip syariah sehingga dapat menjadi alternatif dan pilihan utama bagi masyarakat mengingat dari beberapa aspek misalnya secara hukum agama Islam, tingkat keuntungan, keamanan, kenyamanan, jaringan yang luas yang ditawarkan lebih menguntungkan dari pada bank konvensional.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti menemukan adanya permasalahan sulitnya bank dalam mencari nasabah *funding* yang disebabkan kurangnya pengetahuan masyarakat secara luas tentang produk *funding* yang sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu peneliti merumuskan permasalahan yaitu: Bagaimana Strategi Pemasaran Produk *funding* Berdasarkan Kebutuhan Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro?”.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui strategi produk *funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro khususnya berdasarkan kebutuhan nasabah.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini merupakan sumbangan pemikiran peneliti terutama dalam mengembangkan teori-teori yang telah peneliti dapatkan selama mengikuti mata kuliah Bank dan Lembaga Keuangan Syariah dan Manajemen Pemasaran serta diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan informasi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri dan masukan bagi para praktisi dalam strategi pemasaran untuk mencari nasabah *funding* berdasarkan kebutuhan .

D. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah pengamatan langsung ke obyek yang diteliti guna mendapatkan data yang relevan.⁶ Dari penelitian ini adalah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Dalam penelitian lapangan data yang diperoleh selain dari buku-buku bacaan, juga diperoleh dari para informan. Informan yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.

Penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* yaitu menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2008), h.7

memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.⁷ Penelitian *deskriptif* adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* (pasti, faktual, nyata), digunakan untuk meneliti pada objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulsi (gabungan).⁸

Penelitian ini akan memberi gambaran dan keterangan-keterangan tentang strategi pemasaran produk *funding* berdasarkan kebutuhan nasabah di PT. Bank Muamalat KCP Metro. Lokasi penelitian dilakukan di Bank Muamalat KCP Metro Jalan Jendral Sudirman No. 282 B Kota Metro.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber-sumber yang didapat dari sumber pertama baik individu atau perseorangan.⁹ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari Bapak Muntholib selaku *Sub Branch Manager*, Bapak Deny Kurniawan selaku *Region Operation Control manager*, Bapak Tukino selaku *Relation Manager Funding* pada PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, serta nasabah PT. Bank

⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h.22

⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R dan D* (Alfabeta; bandung 2012),h.9

⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h.42

Muamalat Indonesia KCP Metro yaitu Bapak Gunawan dan ibu Hj. Endang.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram.¹⁰ Data sekunder yang hal dalam hal ini peneliti memperoleh data dari pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro berupa file dokumen dan buku-buku penunjang yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas. Di dalam hal ini data yang diperoleh dari beberapa buku diantaranya: *Perbankan Syariah: Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangannya, Metodologi Penelitian, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, Metodologi Penelitian dan lain-lain.*

3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain :

a) Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung dua arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang

¹⁰ *Ibid.*, h.42

diwawancarai.¹¹ Cara ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keterangan dan data penelitian. Wawancara ini peneliti lakukan kepada bapak Muntholib selaku *Sub Branch Manager*, Deny kurniawan selaku *Region Operation Control*, bapak Tukino selaku *Manager Relation Funding* di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dan bapak Gunawan lalu ibu hj. Endang selaku nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

b) Dokumentasi

Peneliti menggunakan teknik ini dengan memanfaatkan sumber-sumber data berdasarkan profil umum PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dan data dokumen yang berkaitan dengan produk-produk PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang paling penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga dipahami oleh diri sendiri dan orang lain¹².metode analisis data

¹¹ Abdurrahmat Fathoni, *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (PT. Rineka Cipta, Jakarta, 2011), h.105

¹² Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R dan D*, (Alfabeta; bandung 2012) h. 244

yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian suatu kejadian.

Analisis Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, maksudnya sumber data yang diperoleh itu tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang diobservasikan dari manusia¹³. Data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif. Berfikir induktif adalah pengambilan kesimpulan yang dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus menuju pada kesimpulan umum.¹⁴

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisa data, peneliti menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Data tersebut dianalisa dengan menggunakan cara berfikir induktif . sehingga peneliti menganalisa data yang berkaitan tentang strategi pemasaran produk *funding* berdasarkan kebutuhan nasabah di PT. Bank Muamalat KCP Metro

¹³ Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: rineka cipta ,2004), hal.16

¹⁴ Nana Sudjana, *tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah: Makalah-Skripsi-Tesis-Disertasi*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2001), h.7

BAB II

LANDASAN TEORI

D. Strategi Pemasaran Di Bank Syariah

4. Strategi Pemasaran Bank

Untuk menghadapi pasar sasaran yang ada, perbankan menghadapi banyak kesulitan, seperti munculnya bank-bank baru, pembaharuan teknologi, kemudahan bertransaksi, aneka ragam hadiah dan promosi yang ditawarkan oleh bank, dan sebagainya. Untuk tetap mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah, stabilitas dan kemampuan laba, maka pemasaran dapat melakukan dua cara yaitu dengan tetap fokus pada pasar yang sudah ada. Selain itu bank juga harus memikirkan kemungkinan-kemungkinan untuk membuka cabang-cabang baru atau mendirikan beberapa perwakilan di berbagai tempat yang cukup strategis bagi pengembangan organisasi. Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

a. Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu

menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara lamban agar mampu tumbuh secara cepat.¹⁵

b. Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. dalam hal ini pihak bank selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi terhadap kebutuhan pasar tersebut.¹⁶

c. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha untuk membawa produk ke arah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru, manajemen menggunakan strategi ini bila mana pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.¹⁷

d. Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan bank-bank (merger)¹⁸.

e. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud di sini adalah memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan memfokuskan dirinya

¹⁵ Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), h. 30

¹⁶ *Ibid*, h. 30

¹⁷ *Ibid*, h. 31

¹⁸ *Ibid*, h. 31

dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat).¹⁹

Strategi pemasaran yang diterapkan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro berdasarkan teori yang telah dipaparkan masuk kedalam Strategi pengembangan produk dan strategi diversifikasi dimana PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro memfokuskan suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk kepada kelompok yang dianggap membutuhkan produk yang ditawarkan hal tersebut masuk kedalam metode *door to door* dan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mengembangkan produk dengan member insentif bagi para nasabah untuk ikut memasarkan suatu produk yang dikemas dalam metode referal.

5. Pengertian Bank Syariah

Bank Islam, selanjutnya disebutkan dengan bank syariah adalah bank yang beroperasi tanpa mengandalkan bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan hadist. Adapun bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariat Islam adalah yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.²⁰

Bank Syariah dikembangkan sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Tujuan ekonomi Islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuntungan maksimal, tetapi juga perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Kontribusi untuk turut serta dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat tersebut merupakan peran bank syariah dalam pelaksanaan fungsi sosialnya. Fungsi sosial yang paling tampak diantaranya diwujudkan melalui aktivitas penghimpunan dan penyaluran zakat, infak, sedekah, hibah, dan waqaf (ZISW). Selain itu, bank syariah juga mengeluarkan zakat dari keuntungan operasinya serta memberikan pembiayaan kebajikan

¹⁹ *Ibid*, h. 31

²⁰ Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.15

(*qardh*). Fungsi sosial ini diharapkan akan memperlancar alokasi dan distribusi dana sosial yang dibutuhkan oleh masyarakat.²¹

Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa bank syariah menjalankan pengoperasian berlandaskan alquran dan sunnah. Bank syariah tidak hanya memiliki tujuan yang sifatnya komersil tapi juga ingin memberikan manfaat kepada masyarakat luas melalui lembaga sosial yang dijalankan.

E. Funding

1. Pengertian *funding*

Funding adalah fasilitas yang diberikan oleh bank islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-wadiah*. fasilitas *al-wadiah* biasa diberikan untuk tujuan investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito²².

Funding merupakan simpanan jangka panjang atau pendek yang dimiliki masyarakat dalam jumlah tertentu yang disimpan disebuah lembaga keuangan yang dapat diambil kapan saja berdasarkan kesepakatan.

2. Produk *Funding*

Kegiatan usaha yang utama bank adalah penghimpunan dana (*funding*) dan penyaluran dana (*lending*). Penyaluran dana (*lending*) bertujuan memperoleh penerimaan laba dan dapat dilakukan apabila dana telah dihimpun.

²¹*Ibid*, h.16

²² Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*,(Jakarta :Rajawali Pers,2015), h.27

Penghimpunan dana (*funding*) dari masyarakat perlu dilakukan dengan cara-cara tertentu sehingga efisien dan dapat disesuaikan dengan rencana penggunaan dana tersebut.

Produk-produk *funding* antara lain :

a. Tabungan

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat *likuid*, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil. Akan tetapi jenis *funding* tabungan merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi pihak bank. Karena bagi hasil yang ditawarkannya pun kecil namun biasanya jumlah nasabah yang menggunakan tabungan lebih banyak daripada produk *funding* yang lain.²³

b. Giro

Giro ada dua jenis yaitu: *Pertama*, giro yang tidak dibenarkan secara syariah yaitu giro yang berdasarkan perhitungan bunga. *Kedua*, giro yang dibenarkan secara syariah yaitu giro yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadiah*. Giro adalah bentuk simpanan nasabah yang tidak diberikan bagi hasil, dan pengambilan dana menggunakan cek, biasanya digunakan oleh perusahaan atau yayasan dan atau bentuk badan hukum lainnya dalam proses keuangan mereka. Dalam giro meskipun pihak bank tidak memberikan bagi hasil, namun pihak bank berhak memberikan bonus kepada nasabah yang besarnya tidak ditentukan di awal tergantung kepada kebaikan bank²⁴

c. Deposito

²³M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 34

²⁴*Ibid*, h.36

Deposito adalah bentuk simpanan nasabah yang mempunyai jumlah minimal tertentu, jangka waktu tertentu dan bagi hasilnya lebih tinggi daripada tabungan. Nasabah membuka deposito dengan jumlah minimal tertentu dengan jangka waktu yang telah disepakati sehingga nasabah tidak dapat mencairkan dananya sebelum jatuh tempo yang telah disepakati, akan tetapi bagi hasil yang ditawarkan jauh lebih besar daripada tabungan biasa maupun tabungan berencana. Produk penghimpunan dana ini biasanya dipilih oleh nasabah yang memiliki kelebihan dana jadi selain bertujuan untuk menyimpan dananya, bertujuan pula untuk salah satu sarana berinvestasi.²⁵

6. Prinsip produk *funding*

a. *Wadiah*

Wadiah secara istilah adalah akad seseorang kepada pihak lain dengan menitipkan suatu barang untuk dijaga secara layak (menurut kebiasaan). Atau secara istilah adalah memberikan kekuasaan kepada orang lain untuk menjaga hartanya atau barangnya dengan secara terang-terangan atau dengan isyarat yang semakna dengan itu.²⁶

Secara Etimologi Al-Wadi'ah berarti titipan murni. *Wadiah* bermakna amanah Prinsip *wadiah* yang diterapkan adalah *wadiah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadiah dhamanah* berbeda dengan

²⁵ *Ibid*, h.35

²⁶ Ikhwān Abidin Basri, *menguak pemikiran ekonomi ulama klasik*, (Jakarta: PT. Aqwam Media Profetika, 2008), h.34

wadiah amanah. Dalam *wadiah amanah*²⁷, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang dititipkan dengan alasan apapun juga, akan tetapi pihak yang dititipkan boleh mengenakan biaya administrasi kepada pihak yang menitipkan sebagai kontraprestasi atas penjagaan barang yang dititipkan. Pada *wadiah yad dhamanah*²⁸ pihak yang dititipkan (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut. Dan pihak bank boleh memberikan sedikit keuntungan yang didapat kepada nasabahnya dengan besaran berdasarkan kebijaksanaan pihak bank.

b. *Mudharabah*

Mudharabah adalah penyerahan suatu modal tertentu dan jelas jumlahnya atau semaknanya kepada orang yang mengusahakannya dengan mendapatkan bagian tertentu dari keuntungannya²⁹. Secara teknis *mudharabah* adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak dimana 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 apabila kerugian itu bukan akibat kelalaian si

²⁷ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 85

²⁸ *Ibid*, h.87

²⁹ Muhammad, *Teknik Bagi Hasil Keuntungan pada Bank Syaria^h*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 37.

pengelola. Seandainya kerugian diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut.³⁰

Prinsip *mudharabah* ini biasanya di aplikasikan di perbankan syariah pada produk tabungan biasa, tabungan berjangka (tabungan yang dimaksudkan untuk tujuan tertentu seperti tabungan haji, tabungan berencana, tabungan kurban dan sebagainya) serta deposito berjangka. *Mudharabah* terbagi menjadi dua yaitu *mudharabah muthlaqah* yaitu bentuk kerja sama antara *shahibul maal* dan *mudharib* yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu dan daerah bisnis. Dalam pembahasan fiqh ulama salafus saleh seringkali dicontohkan dengan ungkapan *if'al ma syi'ta* (lakukanlah sesukamu) dari *shahibul maal* ke *mudharib* yang memberi kekuasaan sangat besar. Nasabah menyerahkan sepenuhnya kepada pihak bank untuk bebas berinvestasi atau memanfaatkan di jenis usaha apapun selam tidak melanggar prinsip dan aturan syariat.³¹

Sementara kedua adalah *mudharabah muqayyadah* atau biasa dikenal dengan istilah *restricted mudharabah/specified mudharabah* adalah kebalikan dari *mudharabah muthlaqah*. Si *mudharib* dalam yang kedua ini dibatasi oleh batasan jenis usaha, waktu atau tempat usaha. Adanya pembatasan ini seringkali mencerminkan kecenderungan umum si *shahibul maal* dalam

³⁰ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Teori dan Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 95

³¹ *Ibid*, h, 97

memasuki jenis dunia usaha. Misalkan nasabah menginginkan dana yang ditaruh digunakan untuk berinvestasi atau dimanfaatkan untuk jenis usaha agrobisnis.³²

F. Kebutuhan

1. Teori Kebutuhan Manusia

Kebutuhan dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang diperlukan, yang secara alamiah ataupun secara etika dan moral harus dipenuhi. Apabila sesuatu yang diperlukan tersebut tidak terpenuhi, maka akan berdampak menjadi kondisi yang kurang atau tidak menyenangkan.³³ Pakar dalam bidang psikologi klinik telah menemukan bahwa kebutuhan manusia yang sangat luas dan sangat beragam. Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan yang paling dasar sampai kebutuhan yang paling spektakuler. Dari kebutuhan yang sifatnya fisik biologis sampai dengan kebutuhan untuk melakukan psikologis dalam bentuk aktualisasi diri.³⁴

Salah seorang pakar yang melakukan penelitian terhadap kebutuhan manusia adalah Abraham W. Maslow, yang menemukan teori Hierarki Kebutuhan Manusia. Secara singkat hierarki kebutuhan manusia dapat dijelaskan sebagai berikut:

³² *Ibid*, h.98.

³³ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.45

³⁴ *Ibid*, h. 46

a. *Kebutuhan Fisik (Physical Need)*

Kebutuhan yang paling dasar, seseorang membutuhkan makanan, minuman, tempat tinggal, kebutuhan seksual, kebutuhan rasa puas dan kebutuhan fisik lainnya.³⁵Dihubungkan dengan perilaku konsumen, maka kebutuhan makanan bisa memiliki variasi keinginan yang sangat luas dan beragam. Demikian pula dengan kebutuhan minuman tidak berbeda dengan kebutuhan akan makanan. Kebutuhan akan tempat tinggal juga mempunyai variasi keinginan yang sangat luas dan beragam seperti, ingin rumah yang dekat dengan jalan raya, atau ingin rumah yang jauh dari keramaian. Demikian pula dengan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat fisik lainnya. Kesemuanya sangat beragam dan sangat luas.³⁶

b. *Kebutuhan Akan Rasa Aman (Safety Need)*

Sejara setelah kebutuhan-kebutuhan fisiologis terpuaskan secukupnya, muncul lah apa yang dinamakan dengan kebutuhan akan rasa aman. Setiap orang membutuhkan rasa aman dan terlindungi dari kerugian fisik maupun kerugian psikis. Secara keseluruhan setiap manusia sebagai anggota masyarakat membutuhkan rasa aman dari segala macam

³⁵ Kanisius, *Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*, (Kanisius: Yogyakarta, 1987), h.71

³⁶ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.47

hambatan, kesulitan dan kekurangan atas segala kebutuhan hidup guna menyambung hidup.³⁷

c. Kebutuhan Sosial (*Social Need*)

Seseorang membutuhkan untuk bergabung dengan orang lain, merasa dimiliki oleh orang lain, dan membutuhkan rasa persaudaraan. Manusia merupakan makhluk sosial, oleh karena itu bergabung dengan orang lain merupakan sebuah kebutuhan yang harus terpenuhi. Kebutuhan sosial bukan terbatas hanya agar dapat bergaul dan bergabung dengan orang lain, akan tetapi ingin menjadi bagian dari sebuah komunitas, sebuah kelompok masyarakat.³⁸

d. Kebutuhan Egoistik (*Esteem Need*)

Seseorang membutuhkan dari orang lain atau orang sekitarnya pengakuan terhadap faktor psikologis internal yang melekat pada dirinya; seperti kebutuhan untuk dihormati, kebutuhan untuk disegani, kebutuhan untuk dipatuhi. Disamping itu seseorang membutuhkan untuk dapat diakui oleh masyarakat lingkungannya seperti kebutuhan untuk memiliki status, kebutuhan untuk dikenal orang lain dan kebutuhan untuk mendapat perhatian dari orang lain.³⁹

³⁷*Ibid*, h.48

³⁸*Ibid*, h.49

³⁹*Ibid*, h.49

e. **Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self-Actualization Need*)**

Aktualisasi diri merupakan kebutuhan manusia yang paling tinggi. Kebutuhan itu timbul ketika kebutuhan-kebutuhan pada tingkat dibawahnya telah terpenuhi secara penuh. Aktualisasi merupakan titik puncak perwujudan kebutuhan manusia, kebutuhan tertinggi yang ingin ditunjukkan oleh seseorang kepada masyarakat lingkungannya. Seseorang membutuhkan untuk menjadi dan atau menempati suatu posisi puncak yang diinginkan, yang dirasakan dia merasa mampu untuk melaksanakan dan menjalankan fungsi tersebut.⁴⁰

2. Pengaruh Lingkungan Terhadap Nasabah *Funding*

a. **Politik**

Situasi dan kondisi politik sangat besar pengaruhnya terhadap kehidupan suatu bangsa. Situasi dan kondisi politik yang aman dan stabil akan berdampak kepada kehidupan masyarakat. Situasi negara yang aman artinya negara dalam keadaan damai, tenang, tidak terjadi kerusuhan, tidak terjadi huru-hara, dan tidak terjadi unjuk rasa. Sebaliknya apabila situasi politik tidak stabil, maka akan menimbulkan perasaan takut dan atau was-was kepada masyarakat banyak.⁴¹

Apabila keadaan politik suatu negara aman maka secara tidak langsung akan menimbulkan kepercayaan kepada nasabah *funding* bahwa

⁴⁰*Ibid*, h.50

⁴¹*Ibid*, h.55

dana yang di investasikan akan aman dari kebijakan tidak menentu yang mengarah kepada keuntungan pihak tertentu.

b. Ekonomi

Bila situasi dan kondisi politik sebuah negara stabil, maka akan menarik banyak investor untuk datang dan menanamkan modalnya di negara tersebut. Bila perekonomian tumbuh dengan wajar dan berkesinambungan maka dengan sendirinya akan tersedia kesempatan kerja. Dan apabila jumlah orang yang memperoleh kesempatan kerja lebih banyak, artinya mengurangi jumlah pengangguran. Dalam suatu negara bila jumlah pengangguran kecil, artinya jumlah orang yang bekerja lebih banyak. Dengan bekerja orang mempunyai pendapatan dan dengan mempunyai pendapatan, maka mereka memiliki daya konsumsi.⁴²

Keadaan ekonomi suatu negara akan sangat menentukan kepercayaan nasabah *funding* apakah dana yang di investasikan dapat dikelola dengan baik atau tidak. Hal ini dikarenakan perbankan berkaitan dengan banyak sektor seperti perdagangan, industry, jasa dan juga pertanian yang juga sangat tergantung dari keadaan ekonomi.

c. Sosial

Gambaran tentang kondisi sosial yang baik adalah apabila penduduk memperoleh kesejahteraan secara adil dan merata. Perbedaan kehidupan antara penduduk desa dan kota tidak terlalu mencolok. Kondisi sosial

⁴²*Ibid*, h.56

suatu daerah tidak terbentuk oleh satu atau dua penyebab semata, melainkan dibentuk oleh sekian banyak faktor membentuk kondisi sosial tersebut.⁴³

Pengaruh lingkungan sosial terhadap nasabah *funding*, dapat dinyatakan bahwa lingkungan sosial yang maju akan memberikan pengaruh yang positif kepada konsumen secara keseluruhan. Secara konkrit dapat dikatakan bahwa kehidupan konsumen di daerah yang kondisi sosialnya lebih baik, akan membawa pengaruh yang baik pula terhadap konsumen. Sebaliknya apabila kondisi sosial mengalami distorsi, seperti tawuran antar warga dan antar suku, maka dengan sendirinya akan menimbulkan rasa takut dan waswas bagi warga masyarakat tersebut. Secara berantai, kondisi dan situasi sosial yang kurang kondusif di suatu daerah akan mengurangi minat para penanam modal untuk membuka usaha di daerah tersebut.

d. Budaya

Lingkungan budaya meliputi cakrawala yang sangat luas dan sangat beragam. Termasuk di dalamnya masalah keyakinan atau keahlian, kesenian dan kebudayaan, bahasa dan alat komunikasi, makanan dan minuman, selera, gaya hidup masyarakat, serta masih banyak aneka dan ragamnya. Semua keyakinan dan kepercayaan serta perbedaan-perbedaan

⁴³ *Ibid*, h.56-57

tersebut merupakan kekayaan budaya dan sudah barang tentu memberikan pengaruhnya terhadap konsumen.⁴⁴

Faktor budaya juga sangat mempengaruhi nasabah *funding* dalam menentukan untuk menginvestasikan dana nya atau tidak . jika di suatu daerah memiliki budaya konsumtif maka akan menghasilkan suatu daerah yang dinamis dimana jika dilihat dari segi ekonomi dapat berpengaruh pada sektor-sektor usaha pada lingkungan tersebut . begitu pula jika suatu daerah memiliki budaya yang statis maka akan menghasilkan daerah yang pasif secara ekonomi.

e. Teknologi

Teknologi mulai menampakkan pengaruhnya kepada kehidupan manusia sejak terjadinya revolusi industry yang sangat terkenal di Inggris pada abad ke-17. Perkembangan teknologi dalam komunikasi, teknologi dalam transportasi, teknologi dalam informasi telah mendekatkan hubungan interaksi antar manusia. Batas-batas wilayah negara yang dahulu demikian jauh, kini menjadi sangat dekat, yang hampir dapat dikatakan tanpa batas (*borderless*). Kejadian yang sedang berlangsung di belahan bumi yang satu pada saat yang sama dapat disaksikan oleh penduduk pada belahan bumi yang lain secara langsung (*real time*). Pengaruh teknologi ini amat sangat mempengaruhi perilaku konsumen. Dampak perkembangan teknologi bukan hanya dapat dinikmati oleh

⁴⁴*Ibid*, h.58

konsumen, akan tetapi juga oleh para pelaku usaha, terutama dalam upaya memperluas pemasaran dan pelayanan, terutama pelaku usaha yang secara konsisten mengikuti dan memanfaatkan kemajuan teknologi.⁴⁵

Teknologi yang canggih akan memudahkan perbankan untuk memperkenalkan produk-produk *funding* secara mudah, apabila nasabah sudah mengetahui produk-produk yang ada besar kemungkinan nasabah akan memilih menginvestasikan dananya ke Bank.

f. Kependudukan

Ilmu tentang kependudukan disebut dengan Demografi. Demografi berkaitan dengan tingkat kapasitas dan intensitas penduduk. Dengan demikian termasuk di dalamnya masalah penyebaran, gender, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan dan sebagainya. Terkait dengan penyebaran, dapat dipilah antara penduduk kota dan penduduk desa, penduduk daerah pesisir/ pantai dan penduduk daerah pegunungan dan daratan tinggi. Aspek demografi telah sangat membantu para pelaku usaha dalam melakukan segmentasi pasar.

Penduduk yang ramai dengan wilayah kecil lebih berharga ketimbang wilayah luas dengan kapasitas dan intensitas penduduk yang rendah. Dengan demikian semakin ramainya suatu daerah akan berbanding lurus pada majunya ekonomi dan majunya ekonomi akan meningkatkan keinginan menabung dari nasabah *funding*.

⁴⁵*Ibid*, h.59

g. Lingkungan Usaha

Lingkungan usaha terkait dengan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh organisasi usaha dalam memasarkan dan mengantarkan produknya kepada konsumen. Kegiatan dilakukan oleh organisasi usaha terhadap konsumen sifatnya mempengaruhi masyarakat secara terus menerus agar membeli produk yang dihasilkannya. Para pakar dalam disiplin ilmu perilaku konsumen menyatakan bahwa pengaruh lingkungan usaha ini dikategorikan dalam pengaruh *eksternal* yang bukan sosial-budaya.⁴⁶

Lingkungan usaha juga akan mempengaruhi penilaian nasabah *funding* terhadap perbankan yang mereka ajak kerja sama . tempat usaha yang berada didaerah ramai dinilai lebih aman ketimbang tempat usaha yang berada di daerah sepi terlebih usaha yang dijalankan berkaitan dengan keuangan yang memiliki kebutuhan keamanan lebih.

3. Jenis-Jenis Kebutuhan

a. Kebutuhan Primer

Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang sangat harus terpenuhi, artinya apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam hidupnya atau Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang benar-benar amat sangat dibutuhkan orang dan sifatnya

⁴⁶*Ibid*, h.60

wajib untuk dipenuhi. Contoh: Sembako, rumah tempat tinggal, pakaian dan lain sebagainya.

1) Sandang

Sandang adalah pakaian yang diperlukan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya . pada awalnya manusia memanfaatkan pakaian dari kulit kayu dan hewan yang tersedia di alam . Kemudian manusia mengembangkan teknologi pemintal kapas menjadi benang untuk di tenun menjadi bahan pakaian. Pakaian berfungsi sebagai pelindung dari panas dan dingin. Lama kelamaan fungsi pakaian berubah, yakni untuk memberi kenyamanan sesuai dengan jenis-jenis kebutuhan seperti pakaian kerja, pakaian rumah, untuk tidur dan sebagainya.

2) Pangan

Pangan adalah kebutuhan paling utama manusia. Pangan dibutuhkan manusia secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Usaha mencukupi kebutuhan pangan di negara-negara berkembang dilakukan secara tradisional atau dengan cara memperluas lahan pertanian yang disebut ekstentifikasi, sedangkan di negara maju, sistem pertanian telah dilakukan dengan cara intensifikasi yaitu cara

mengolah pertanian dengan lebih baik dan moderen. Hal itu menyebabkan produksi pertanian negara maju lebih banyak dibanding negara berkembang. Di berbagai masyarakat, bahan makanan pokok memegang peranan utama dalam memenuhi kebutuhan penduduk. Contohnya orang di Sumatera dan Jawa sebagian besar mengonsumsi nasi sedangkan masyarakat Maluku dan Papua mengonsumsi sagu.

3) Papan

Papan adalah kebutuhan manusia untuk membuat tempat tinggal. Pada awalnya fungsi rumah hanya untuk bertahan diri. Namun lama kelamaan berubah menjadi tempat tinggal keluarga. Karena itu kebutuhan akan memperindah rumah semakin ditingkatkan.

b. Kebutuhan Sekunder

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang pemenuhannya setelah kebutuhan primer terpenuhi. Kebutuhan sekunder adalah merupakan jenis kebutuhan yang diperlukan setelah semua kebutuhan pokok primer telah semuanya terpenuhi dengan baik atau Kebutuhan sekunder sifatnya menunjang kebutuhan primer. Misalnya seperti makanan yang bergizi,

pendidikan yang baik, pakaian yang baik, perumahan yang baik, dan sebagainya yang belum masuk dalam kategori mewah. pendidikan, pariwisata, dan lain sebagainya⁴⁷.

c. Kebutuhan tersier

Kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi atau Kebutuhan tersier adalah kebutuhan manusia yang sifatnya mewah, tidak sederhana dan berlebihan yang timbul setelah terpenuhinya kebutuhan primer dan kebutuhan skunder. Contoh: mobil, motor, antena parabola, komputer laptop notebook, tv 50 inchi, jalan-jalan ke hawaii, apartemen, dan lain sebagainya.⁴⁸

4. Faktor Determinan Terhadap Nasabah *Funding*

Pada setiap individu konsumen terdapat dua faktor determinan yang sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Kedua faktor determinan dimaksud ialah faktor *internal* dan faktor *eksternal*. Yang dimaksud faktor *internal* adalah unsur-unsur internal meliputi unsur-unsur persepsi, kepribadian, pembelajaran, motivasi dan sikap. Faktor *eksternal* adalah semua kejadian yang berkembang secara dinamis disekitar lingkungan kehidupan konsumen. Faktor *eksternal* dibedakan dalam dua kelompok, kelompok

⁴⁷ *Ibid*,h.61.

⁴⁸ Mubarak, *Buku Ajar kebutuhan Dasar Manusia : Teori & Aplikasi dalam Praktik*. (Jakarta.:EGC), 2007, h.202

pertama adalah sub-faktor sosial budaya yang unsur-unsurnya terkait langsung dengan kehidupan masyarakat, namun tidak terkait dengan upaya para pemasar. Unsur-unsur sub-faktor, sosial budaya dimaksud terdiri dari budaya (*cultural*), demografi (*demography*), keluarga (*family*), kelas sosial (*sosial class*), dan referensi kelompok (*reference groups*). Sedangkan kelompok kedua berupa dinamika lingkungan di sekitar konsumen yang berupa upaya para pemasar.

Upaya para pemasar perusahaan pada dasarnya merupakan program pengembangan dari strategi pemasaran perusahaan. Dengan demikian sub-faktor ini adalah *instrument* pemasaran yang dioperasikan dalam rangka program pengembangan pemasaran, yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran (*marketing mix*) dimaksud meliputi produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*channel of distribution*) dan promosi (*promotion*). Pada produk jasa bauran pemasaran tersebut masih harus ditambah dengan bauran proses (*processes*), bauran pendukung fisik (*physical evident*), dan bauran orang (*peoples*).⁴⁹

Pencarian nasabah *funding* harus mempertimbangkan faktor determinan yang dibagi menjadi dua kelompok yaitu faktor *internal* yang meliputi persepsi terhadap bank, kepribadian karyawan, pembelajaran apa yang bisa diberikan, motivasi yang melatarbelakangi sikap nasabah dan

⁴⁹*Ibid*, h.61

faktor *eksternal* yang meliputi kejadian yang berkembang secara dinamis disekitar lingkungan kehidupan konsumen yang berkaitan dengan Bank.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Profil Umum PT. Bank Muamalat Indonesia

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakasai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia dan memulai kegiatan oprasinya pada 27 syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendikiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim, pendirian bank muamlat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai 84 Miliar pada saat pennisabahtangan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut diistana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar⁵⁰.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang dikembangkan.

⁵⁰ <http://www.bankmuamalat.co.id>, pada tanggal 13 Maret 2017 pukul 15.30

Pada akhir tahun 90-an Indonesia dilanda krisis moneter, Sektor perbankan Nasional tergelung oleh kredit macet disegmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas krisis. Ditahun 1998 rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan merugi sebesar Rp 105 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal. Dalam upaya memperkuat upaya permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat, oleh karenanya kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Bank Muamalat berhasil mengembalikan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap *crew* Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.⁵¹

Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 kantor Pos Online/SOPP diseluruh Indonesia, 1996 ATM, serta 95.000 merchant debit. BMI saat ini juga merupakan satu-satunya bank syariah yang telah membuka

⁵¹ <http://www.bankmuamalat.co.id>, pada tanggal 13 Maret 2017 pukul 15.30

cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Untuk meningkatkan aksesibilitas nasabah di Malaysia, kerjasama dijalankan dengan jaringan Malaysia *Electronic Payment System* (MEPS) sehingga layanan BMI dapat diakses di lebih dari 2000 ATM di Malaysia. Selain itu Bank Muamalat memiliki produk *shar-e gold* dengan teknologi cip pertama di Indonesia yang dapat digunakan di 170 negara dan bebas biaya diseluruh *merchant* berlogo visa. Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, Bank Muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara.⁵²

Kegiatan memperluas jaringan PT. Bank Muamalat Indonesia membuka kantor-kantor cabang diseluruh Indonesia. Salah satu kantor cabang yang telah didirikan adalah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro, untuk saat ini PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro berada di Kota Metro sebagai kantor cabang pembantu (KCP) yang saat ini menjadi lokasi magang dan juga sebagai tempat penelitian tugas akhir ini. Kantor BMI KCP Metro ini mulai beroperasi pada tanggal 16 November 2010. Kantor yang berada masih menyewa dengan karyawan yaitu bapak Muntholib selaku *sub branch manager*, bapak Tukino sebagai *relation manager funding*, bapak Deny Kurniawan selaku *region operation control manager*, bapak Januar fadilah

⁵² <http://www.bankmuamalat.co.id>, pada tanggal 13 Maret 2017 pukul 15.30

selaku *unit mikro manager*, bapak Vide Buana selaku *unit mikro*, bapak Surya selaku *unit mikro*, bapak Darmawan selaku *collection*, bapak Fandu Chaerul Nur selaku *customer service*, bapak Arifin selaku *teller* ,ramdhoni selaku *security*, mas agus selaku *officeboy*, dan bapak gatot selaku *driver*. Dan bapak muntholib menjadi *sub branch manager* sejak awal berdiri kantor cabang pembantu metro dari tahun 2010 sampai sekarang 2017.⁵³

Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mayoritas pria dan memiliki kelompok tugas masing seperti bapak Muntholib selaku *sub branch manager* , bapak Tukino selaku *relation manager funding* ,Bapak gatot selaku *driver* bergerak memasarkan produk *funding* dan kelompok pemasar *financing* bergerak di bidang pembiayaan mereka adalah bapak Januar Fadilah, Vide Buana ,Darmawan, Surya . Serta kelompok *frontliner* terdiri dari Arifin , Fandu dan Ramdhoni, Ada pun bapak Deny Kurniawan selaku *region operation control manager* merupakan karyawan kantor pusat yang menumpang berkantor di kantor cabang.

B. Produk *Funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

Produk-produk *funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro memiliki bermacam-macam tipe dan dapat mengakomodasi banyak kebutuhan.

⁵³ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 April 2017

Produk *funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro antara lain sebagai berikut:

1. Tabungan iB muamalat haji dan umroh

Sebagai Bank Umum Syariah pertama di Indonesia, sejak tahun 1999 Bank Muamalat selalu mendapat kepercayaan dari Kementerian Agama menjadi salah satu BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji). Karenanya profesionalitas Bank Muamalat dalam mengantarkan nasabah-nasabahnya untuk bisa berangkat beribadah haji dan umrah tentu tak perlu diragukan lagi.⁵⁴

Tabungan haji dan umroh sangat cocok bagi nasabah *funding* yang berkeinginan untuk beribadah haji dan umroh yang dimana PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sudah sangat professional dalam hal ini yang dapat memberikan fasilitas terbaik bagi nasabah *funding*.

2. Tabungan iB muamalat

Tabungan iB Muamalat adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di counter bank muamalat. Kelebihan Tabungan iB Muamalat yaitu nasabah dapat memiliki kartu gold Untuk keeluasaan transaksi di seluruh dunia melalui jaringan ATM Bank Muamalat, ATM Prima, ATM Bersama, MEPS dan ATM Plus/Visa serta pembayaran belanja di jaringan Visa dan

⁵⁴ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku sub branch manager PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 April 2017

Untuk keleluasaan transaksi di ATM di dalam negeri dan di Malaysia melalui jaringan ATM Bank Muamalat, ATM Prima, ATM Bersama dan MEPS (Malaysia) serta transaksi pembayaran belanja di jaringan Prima Debit.⁵⁵

Nasabah *funding* yang memiliki hobi berlibur ke luar negeri dapat memilih jenis tabungan ini dikarenakan tabungan ini memiliki fitur di seluruh dunia yang dapat memudahkan transaksi anda di mana pun dan kapan pun.

3. Tabungan Muamalat Dollar

Tabungan Muamalat Dollar adalah simpanan dalam mata uang asing yang ditujukan bagi nasabah yang memiliki kepentingan dengan mata uang asing. Tabungan syariah dalam denominasi valuta asing *US Dollar* (USD) dan *Singapore Dollar* (SGD) yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD. Peruntukkan untuk Perorangan usia 18 tahun ke atas dan Institusi yang memiliki legalitas badan. Dan memiliki Fitur Unggulan yaitu Gratis biaya administrasi untuk Tabungan Muamalat USD dengan saldo rata-rata > USD 1.000, Gratis biaya penutupan rekening, Transfer gratis antar rekening Bank Muamalat di seluruh jaringan kantor Bank Muamalat, Dapat bertransaksi di jaringan Cabang Devisa Bank Muamalat di seluruh Indonesia,

⁵⁵ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 April 2017

Dapat bertransaksi pada jaringan kantor Bank Muamalat di Malaysia dan Batam.⁵⁶

Demi memudahkan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia memberikan keragaman dalam menyimpan dana dengan untuk kebutuhan investasi atau transaksi antar negara yang menggunakan mata uang asing .

4. TabunganKu

Tabungan ini merupakan sebuah tabungan untuk memenuhi keinginan nasabah yang ingin memiliki *account* yang tidak ada potongan admin dan setoran awal yang sangat murah dimulai dari Rp 20.000. . TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan sangat cocok untuk para pelajar.⁵⁷

TabunganKu adalah tabungan bebas administrasi yang dimana diperuntukan untuk pelajar yang memiliki dana terbatas .

5. Tabungan iB Muamalat Rencana

Tabungan iB Muamalat Rencana adalah simpanan berjangka yang memiliki keunggulan dimanajemen .yang mana simpanan tersebut tidak dapat diambil sebelum tanggal yang disepakati.Rencana dan impian dimasa depan memerlukan perencanaan keuangan yang dilakukan saat ini.⁵⁸

⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 april 2017

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 april 2017

⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 April 2017

seperti perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan wisata, ibadah, uang muka rumah, kendaraan, berkorban saat Idul Adha, perpanjangan STNK, pajak kendaraan, persiapan pensiun, hari tua, serta rencana atau impian lainnya. Tabungan iB Muamalat Rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai prinsip Syariah.

6. Tabungan Muamalat prima iB

Tabungan iB Muamalat Prima dipersembahkan bagi nasabah yang mendambakan hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi. Dengan menabung dalam jangka waktu tertentu nasabah akan mendapatkan hadiah dengan ketentuan berdasarkan jumlah nominal yang di simpan.⁵⁹

Tabungan ini dapat dipilih bagi nasabah yang memiliki dana lebih dan dana tersebut tidak dipakai dalam jangka waktu tertentu. Selain dapat menaruh uang dengan aman, nasabah juga akan mendapat hadiah menarik yang dapat dipilih sendiri oleh nasabah.

7. Tabungan iB Muamalat Sahabat

Dengan Tabungan iB Muamalat Sahabat, nikmati segala kemudahan dan keuntungan yang bank berikan. Salah satu keuntungan yang bank berikan, sebagai pemilik Tabungan iB Muamalat Sahabat, Nasabah bisa mendesain

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 April 2017

sendiri kartu ATM sesuai dengan identitas almamater, komunitas, atau perusahaan Nasabah.⁶⁰

Tabungan ini memiliki konsep yang unik bagi nasabah yang memiliki hobi artistik yang dimana nasabah dapat mendesain ATM sesuai dengan hobi seperti gambar club sepak bola kesayangan atau foto keluarga.

8. Giro Muamalat *Attijary* iB

Produk Giro berbasis akad *wadiah* yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis Nasabah Non-Perorangan yang didukung oleh fasilitas yang dapat memudahkan transaksi perusahaan yang menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia.

Produk ini cocok digunakan untuk nasabah yang memiliki perusahaan besar yang dimana menginginkan keamanan dan kemudahan dalam bertansaksi.

9. Giro Muamalat *Ultima* iB

Produk Giro berbasis akad *mudharabah* yang memberikan kemudahan bertransaksi dan bagi hasil yang kompetitif. Sarana bagi nasabah perorangan dan non-perorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal.

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 6 April 2017

Produk ini mengakomodasi nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi dan mendabakan investasi . singkatnya selain nasabah dapat kemudahan transaksi nasabah juga akan mendapat bagi hasil yang optimal.

10. Deposito *Mudharabah* iB Muamalat

Deposito Syariah dalam mata uang rupiah dan *us dollar* yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah. Yang dimana apabila nasabah memiliki jumlah nominal deposito yang besar akan mendapatkan bagi hasil yang besar pula.

Deposito *mudharabah* iB Muamalat produk *funding* yang memberikan bagi hasil yang optimal dan apabila nasabah menaruh dana lebih dari 100 juta rupiah maka nasabah berhak mendapatkan special nisbah yang dimana bagi hasil yang diterima nasabah lebih besar dari pada deposito biasa.

C. Strategi Pemasaran PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro Dalam Mendekati Nasabah *Funding*

Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro memiliki acuan tertentu yang dinamakan *kpi shared* , *kpi shared* digunakan PT. Bank Muamalat Indonesia sebagai acuan dasar untuk menilai apakah target yang ditetapkan kantor pusat dapat terpenuhi atau tidak. Dalam hal kegiatan *funding* pun tidak terlepas dari *kpi shared*, meski memiliki kendala dalam mencari nasabah seperti belum paham nya tentang produk bank syariah atau calon nasabah sudah memiliki account di bank lain. Seorang *relation*

manager funding memiliki *kpi shared* tersendiri untuk dapat memenuhi target yang telah ditetapkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia .maka dari itu seorang *relation manager funding* harus mampu melihat situasi dan kondisi yang ada di sekitarnya khususnya daerah kota metro yang memiliki masyarakat beragam dan juga harus bisa mengelompokan jenis calon nasabah yang akan diajak kerja sama dalam bidang *funding*⁶¹.

Usaha mencari nasabah *funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro melakukan beberapa metode pendekatan yang di adaptasi dari strategi diversifikasi dan strategi pengembangan produk yaitu ;

1. *Metode Door to Door*

Metode *Door to Door* adalah metode yang diadaptasi dari strategi diversifikasi yang dilakukan dengan cara mendatangi secara langsung nasabah yang akan ditawarkan produk *funding*. Metode ini dilaksanakan oleh bapak Muntholib selaku *sub branch manager* dan bapak Tukino selaku *relation manager funding* agar calon nasabah *funding* merasa lebih dihargai dan diperhatikan.tentu dengan harapan terjalin silaturahmi dan kerja sama diantara kedua belah pihak. Metode *door to door* ini dilakukan secara marathon ,maksudnya metode ini dilakukan setiap hari secara terus menerus dan intens dengan langsung berkomunikasi bersama nasabah di tempat yang

⁶¹ Wawancara dengan Bapak Tukino selaku *relation manager funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 5 April 2017

sebelum nya telah disepakati. Menurut bapak muntholib metode *door to door* yang digunakan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dapat memahami kebutuhan nasabah dalam usaha bank untuk menawarkan produk *funding* yang sesuai dengan kebutuhan nasabah⁶².

2. Metode Referral

Metode Referral adalah cara pemasaran yang di buat berdasarkan strategi pengembangan produk dimana kegiatan mencari nasabah *funding* tidak hanya dengan melibatkan lingkungan internal saja tetapi juga melibatkan mitra yang berasal dari luar bank dengan cara memberikan *fee* berupa uang yang besarnya ditentukan dari seberapa banyak mitra tersebut mendapatkan nasabah dan *fee* tersebut diberikan sebagai balasan atas jasa yang telah dilakukan mitra dalam membantu mencari nasabah *funding*. Metode referral digunakan dalam produk tabungan haji dan umroh yang ditetapkan kantor pusat sebagai langkah strategis agar dalam mencari nasabah *funding* ,karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia memiliki hubungan baik dengan mitra yang ada di luar struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia⁶³.

Dilihat dari kedua metode yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dapat diketahui bahwa untuk memasarkan produk

⁶²Wawancara dengan bapak Muntholib selaku *sub branch manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 4 April 2017

⁶³Wawancara dengan bapak Deny Kurniawan selaku *region operation control manager* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 14 April 2017

funding diperlukan strategi yang sederhana namun dapat memenuhi segala aspek yang dibutuhkan bagi nasabah maupun pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Maka dari itu, dapat dipahami bahwa kedua metode yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro cukup memenuhi segala aspek kebutuhan kedua belah pihak.

Peneliti melakukan wawancara kepada nasabah *funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro antara lain bapak Gunawan. Bapak Gunawan mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan bank sangat memuaskan. Hal ini dikarenakan bapak Gunawan diberikan banyak pengenalan tentang produk-produk *funding* yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dengan jelas dan mudah diterima oleh nasabah, sehingga bapak Gunawan memiliki banyak pilihan produk *funding* apa yang sesuai dengan kebutuhan bisnisnya. Maka dari itu sejak dahulu PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro selalu menjadi andalan dalam kebutuhan berbisnis bapak Gunawan⁶⁴.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Hj. Endang selaku nasabah tabungan mengatakan bahwa pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro cukup baik dalam menyampaikan produk-produk *funding* yang ada. Tidak hanya itu, menurut ibu Hj. Endang penyampaian produk *funding* juga di ikuti dengan pengetahuan tentang Islam dan penjelasan tentang perbedaan

⁶⁴ Wawancara dengan bapak Gunawan selaku nasabah *funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 17 April 2017

prinsip bank Syariah dan Konvensional. Jadi nasabah merasa tidak hanya dijadikan sebagai mitra dalam berbisnis tetapi nasabah juga merasakan diperlakukan sebagai sarana dakwah sesama muslim yang bersaudara untuk memenuhi kebutuhan atas ke Ridhaan Allah SWT.⁶⁵

Berdasarkan pada pemaparan , peneliti beranggapan bahwa pelayanan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhan akan pelayanan sebuah lembaga keuangan yang berprinsip syariah yang dapat mengakomodir keperluan duniawi berupa uang dari bagi hasil dan juga keperluan akhirat berupa pengetahuan agama lewat tausiah. Maka dari itu pelayanan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP dapat dikategorikan mampu memberikan produk *funding* berdasarkan kebutuhan.

D. Analisis data

Berdasarkan data yang dibahas sebelumnya dapat dipahami bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro telah memberikan jenis produk *funding* yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Kunci keberhasilan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam memberikan produk *funding* yang sesuai dengan kebutuhan nasabah adalah di metode pendekatan dan pada produk itu sendiri .

⁶⁵ Wawancara dengan ibu Hj. Endang selaku nasabah *funding* PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanggal 17 April 2017

Data penelitian menunjukkan banyaknya produk *funding* yang bisa menjadi pilihan untuk mengakomodir kebutuhan nasabah baik dari aspek bisnis Dan ibadah. Dari aspek bisnis nasabah bisa menggunakan produk giro yang melayani kemudahan bertransaksi menggunakan giro muamalat *attijary* iB dan apabila nasabah ingin kemudahan bertransaksi dan menginginkan bagi hasil nasabah bisa menggunakan giro muamalat *ultima* iB dan dari aspek ibadah bisa menggunakan tabungan haji dan umroh dan juga PT. Bank Muamalat Indonesia sejak tahun 1999 telah dipercaya Kementerian Agama menjadi salah satu BPS BPIH (Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggara Ibadah Haji), jadi sudah tidak diragukan lagi profesionalitas nya.

Selanjutnya usaha pendekatan yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro melakukan dua jenis pendekatan yaitu metode *door to door* dan metode referal yang diadaptasi dari strategi diversifikasi dan strategi pengembangan produk. peneliti berpendapat kedua metode tersebut dapat memberikan pengaruh determinan terhadap konsumen dimana metode *door to door* dan metode referal memenuhi unsur internal yang meliputi persepsi, kepribadian, pembelajaran, motivasi dan sikap karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro yang islami yang dilihat dari hasil wawancara dengan ibu Hj. Endang yang merasa mendapatkan tausiyah yang bermanfaat dari pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.

Sementara strategi yang lain berdasarkan teori yang ada tidak digunakan karena dirasa strategi diversifikasi dan strategi pengembangan produk sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Dilihat dari faktor eksternal kedua metode tersebut juga memenuhi faktor eksternal dimana kejadian yang dinamis disekitar lingkungan dalam aspek sosial budaya bagian demografi yang berhubungan dengan jauhnya jarak antara kantor dan nasabah dapat diatasi dengan datangnya karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro kepada nasabah .

Menurut peneliti metode *door to door* yang diadaptasi dari strategi diversifikasi dan referal yang diadaptasi dari strategi pengembangan produk merupakan rancangan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tidak hanya sebagai sarana pendekatan kepada nasabah tapi juga sebagai sarana dakwah dan silaturahmi. Tetapi dalam praktiknya metode *door to door* memiliki sedikit kekurangan yaitu pada penyampaian dimana pada saat mendatangi nasabah karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro langsung menawarkan produk yang sesuai kebutuhan nasabah dalam perspektif PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro tanpa mendengarkan apa yang menjadi kebutuhan nasabah itu sendiri.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro berperan penting dalam keberhasilan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro. Dalam hal ini karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro bisa strategi pemasaran yang seperti apa yang menjadi kebutuhan masyarakat dan menawarkan produk yang sesuai sehingga PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro bisa melayani nasabah dengan baik. Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan secara menyeluruh ,peneliti menarik kesimpulan bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro memiliki produk *funding* dan Strategi pendekatan yang mampu menampung segala aspek kebutuhan baik dari pihak nasabah maupun pihak PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro.

Keberhasilan ini di ukur dari banyaknya jenis produk *funding* yang dikembangkan berdasarkan strategi pengembangan produk yang tersedia mulai dari jenis tabungan yaitu tabungan iB Muamalat haji dan umroh untuk nasabah *funding* yang memiliki kebutuhan untuk beribadah haji dan umroh, tabungan iB muamalat untuk nasabah *funding* yang memiliki kebutuhan berupa hobi berlibur ke luar negeri, tabungan muamalat dollar yang memiliki kebutuhan investasi atau transaksi antar negara yang menggunakan mata uang asing, tabunganku untuk

pelajar yang memiliki dana terbatas, tabungan iB muamalat rencana untuk nasabah yang memiliki perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan wisata, ibadah, serta rencana atau impian lainnya, tabungan muamalat prima iB untuk nasabah yang memiliki dana lebih dan dana tersebut tidak dipakai dalam jangka waktu tertentu dan memiliki kebutuhan akan barang tertentu yang bisa saja di dapatkan, tabungan iB muamalat sahabat untuk nasabah yang memiliki kebutuhan berupa hobi artistik dimana nasabah dapat mendesain ATM sesuai dengan hobi seperti gambar klub sepak bola kesayangan atau foto keluarga.

Selanjutnya dari jenis giro dan deposito yaitu giro muamalat *attijary* iB untuk nasabah yang memiliki kebutuhan keamanan dan kebutuhan dalam bertransaksi, giro muamalat ultima iB untuk nasabah yang memiliki kebutuhan berupa kemudahan transaksi dan menginginkan investasi sekaligus, sampai deposito *mudharabah* iB muamalat untuk nasabah yang memiliki kebutuhan investasi murni.

Nasabah yang dapat menjelaskan detail apa saja keuntungan menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro mulai dari kebutuhan fisik, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan egoistik sampai kebutuhan aktualisasi diri adalah tolak ukur keberhasilan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam mengoptimalkan strategi pemasaran untuk produk *funding* berdasarkan kebutuhan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang peneliti uraikan diatas ,peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Pertahankan dan tingkatkan strategi pemasaran yang sudah sesuai dengan kebutuhan nasabah.
2. Dalam mendekati nasabah di usahakan untuk mendengar kebutuhan nasabah terlebih dahulu baru menawarkan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni. 2006. *Metodologi Penelitian Dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Herry Achmad Buchory dan Djaslim Saladin. 2006. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Linda Karya.
- Kanisius. 1987. *Mazhab Ketiga: Psikologi Humanistik Abraham Maslow*. Kanisius: Yogyakarta.
- Khaerul Umam. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Muhamad. 2015. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Muhammad Syafii Antonio. 2001. *Bank Syariah: Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Mulyadi Nitisusastro. 2013 *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. 2012 *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno Hadi. 1985. *Metode Research*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM.
- Suraya Murcitaningrum. 2012. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Bandar Lampung: Ta'lim Press.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
 Website www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-158a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017
 Lampiran :-
 Perihal : Pembimbing Tugas Akhir

03 Mei 2017

Kepada Yth:
 Suraya Murcitaningrum, M.S.I
 di – Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Tugas Akhir, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk sebagai Pembimbing Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : Aji Fajar Kurniawan
 NPM : 14122468
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : D3-Perbankan Syariah (D3-PBS)
 Judul : Jenis Produk Funding Berdasarkan Kebutuhan Nasabah

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan sampai selesai Tugas Akhir. Pembimbing mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Tugas Akhir mahasiswa.
2. Waktu penyelesaian Tugas Akhir maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Tugas Akhir antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Dekan,

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
 197209232000032002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.pustaka.metrouniv.ac.id; e-mail: pustaka.iaim@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-801/In.28/S/OT.01/07/2017**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : AJI FAJAR KURNIAWAN
NPM : 14122468
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / D3 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2016 / 2017 dengan nomor anggota 14122468.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Juli 2017
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001





No.: 010/BMI/MTR/VII/2017

Metro, 19 Juli 2017 M

Kepada Yth.
Rektor IAIN Metro
Di
Kota Metro

Perihal : Surat Keterangan PPL

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Metro menerangkan bahwa:

Nama : **Aji Fajar Kurniawan**
NPM : 14122468
Semester : VI (Enam)
Program Studi : Perbankan Syari'ah (D3 PBS)

Benar telah melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), di Bank Muamalat KCP Metro sejak tanggal 25 Pebruari sampai dengan tanggal 24 April 2017.

Demikian surat keterangan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) Profesi ini kami buat atas kerjasamanya di ucapkan terimakasih..

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh,

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.

Cabang Pembantu Metro



Bank Muamalat
KCP. METRO
Sub Branch Manager

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Kantor Cabang Bandar Lampung
Jl. Raden Intan No. 92 C - D
Bandar Lampung

T -0721 - 242123
F -0721 - 242275
E www.muamalatbank.com
www.muamalatbank.com

SCAN SK PEMBIMBING TA

OUTLINE

JENIS PRODUK FUNDING BERDASARKAN KEBUTUHAN NASABAH

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- E. Latar Belakang
- F. Rumusan Masalah
- G. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- H. Metode Penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

G. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah
2. Strategi Pemasaran Bank

H. Funding

1. Pengertian funding
2. Produk-produk funding
3. Prinsip funding

I. Kebutuhan

1. Teori Kebutuhan Manusia
2. Pengaruh Lingkungan Terhadap Konsumen
3. Faktor Determinan Terhadap Konsumen

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Profil Umum PT. Bank Muamalat Indonesia
- B. Produk Funding PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro
- C. Pendekatan kepada nasabah yang dilakukan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro
- D. Analisis data

BAB IV PENUTUP

- C. Kesimpulan
- D. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

Metro, 6 juni 2017

Mahasiswa yang bersangkutan



Ali Fajar Kurniawan
NPM. 14122468

Mengetahui,

Pembimbing



Surava Murcitaningrum, M.Si
NIP.19801116 200912 2001

ALAT PENGUMPUL DATA

JENIS PRODUK FUNDING BERDASARKAN KEBUTUHAN

A. Wawancara kepada *sub branch manager* bank muamalat kantor cabang metro dan *region operation control manager*

1. Metode apa yang dilakukan bank muamalat untuk mendapatkan nasabah *funding*?
2. Apa saja produk *funding* yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Metro?
3. Usaha apa yang dilakukan Bank Muamalat Indonesia KCP Metro dalam menawarkan produk *funding* berdasarkan kebutuhan?
4. Bagaimana sejarah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro?

B. Wawancara kepada *relation manager funding* bank muamalat kantor cabang metro

1. Kendala apa saja yang dialami manager *funding* dalam usaha nya mencari nasabah?

C. Wawancara kepada nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro

1. Apakah pelayanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sudah sesuai kebutuhan anda?
2. Menurut anda apakah Bank Muamalat Indonesia KCP Metro sudah sesuai dengan kebutuhan anda dalam menyampaikan produk?

Metro, 3 juli 2017

Peneliti



Aji Fajar Kurniawan
14122468

Diketahui
Dosen Pembimbing



Surava Murcitaningrum, M.Si
NIP.19801116 200912 2001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Aji Fajar Kurniawan dilahirkan di Pekalongan pada tanggal 24 Desember 1992, anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Herwanto dan Ida Rosita.

Pendidikan formal peneliti dimulai dari Taman Kanak-Kanak di TK Aisyah Pekalongan selesai pada tahun 1999, kemudian dilanjutkan di SD Negeri 1 Pekalongan selesai pada tahun 2005, lalu dilanjutkan di MTs Negeri Metro selesai pada tahun 2008 dan pendidikan menengah atas ditempuh di SMK Ganesa yang berhasil diselesaikan pada tahun 2011.

Peneliti melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan DIII Perbankan Syariah dimulai pada semester 1 tahun ajaran 2014/2015.