

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK BSM TABUNGAN
INVESTA CENDEKIA PADA BANK SYARIAH MANDIRI
KCP PURBALINGGA**



TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya (A. Md)

Oleh:
LILA NURHAYATI
1223204037

**PROGRAM DIPLOMA III
MANAJEMEN PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lila Nurhayati
NIM : 1223204037
Jenjang : Diploma III (D III)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Progam Studi : Manajemen Perbankan Syariah (MPS)

Menyatakan bahwa Naskah Tugas Akhir ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 01 Juli 2015



LILA NURHAYATI
NIM. 1223204037

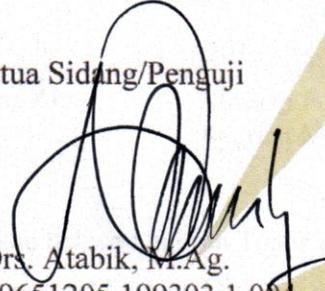
PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul

STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK BSM TABUNGAN INVESTA CENDEKIA PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP PURBALINGGA

Yang disusun oleh Saudara/i **LILA NURHAYATI NIM. 1223204037** Program Studi **D-III Manajemen Perbankan Syariah**, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari Rabu tanggal 11 Nopember 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Ahli Madya (A.Md.)** dalam Ilmu Perbankan Syariah oleh **Sidang Dewan Penguji Tugas Akhir**.

Ketua Sidang/Penguji



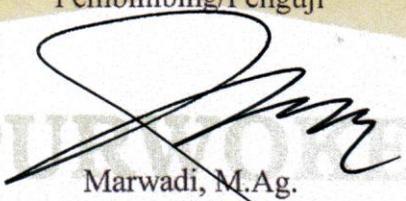
Drs. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji



Sofia Yustiani Surayandari, M.Si..
NIP.19780716 200901 2 006

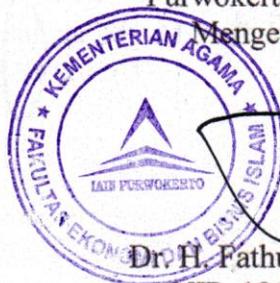
Pembimbing/Penguji



Marwadi, M.Ag.
NIP. 19751224 200501 1 001

Purwokerto, / Nopember 2015

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan,



Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp. : 0281-635624, 628250, Fax. : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Rekomendasi Ujian Tugas Akhir

Purwokerto, 26/10/2015....

Kepada
Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir dari mahasiswa/i :

Nama : Lila Nurhayati
N I M : 1223204037
Jurusan/ Prodi : Perbankan Syariah / Management Perbankan Syariah (D3)
Semester : 7
Angkatan Tahun : 2012
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk BSM Tabungan Investa Cendekia Pada Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

Mencerangkan bahwa Laporan Tugas Akhir mahasiswa tersebut telah siap untuk diujikan, setelah yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan akademik yang telah ditetapkan.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk menjadikan maklum dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Mengetahui
Jurusan Perbankan Syariah
Shofiya Shafriani, SP., M.Si.
NIP. 1981232008012027



Dosen Pembimbing

Marwadi, M. Ag
NIP. 197512242005011001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul: “Strategi pemasaran produk BSM tabungan investa cendekia pada bank syariah mandiri KCP Purbalingga”.

Penyusun menyadari bahwa poses penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan serta perhatiannya, sehingga ungkapan terima kasih yang mendalam kami sampaikan kepada:

1. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M. M. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Iin Solikhin, M. Ag. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ahmad Dahlan, M.S.I. Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Drs. Atabik, M.Ag. Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Yoiz Shofwa Shafrani, SP, M. Si. Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
6. H. Sochimim, Lc, M. Si. Ketua Prodi Diploma III Manajemen Perbankan Syariah.
7. Hariyanto, S.H.I., M.S.I.. Dosen Pembimbing Akademik.
8. Marwadi, M. Ag. Dosen Pembimbing Tugas Akhir .
9. Ratih Damayanti Kepala Cabang Pembantu PT Bank Syari'ah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.

10. Segenap pimpinan dan karyawan PT Bank Syari'ah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.
11. Orang tua, dan semua keluarga kami.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendoakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penyusun menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan, sehingga peneliti akan sangat berterima kasih untuk saran dan kritik yang membangun guna menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Semoga tulisan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin

Purwokerto, 01 Juli 2015

Penyusun



Lila Nurhayati
1223204037

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	Rr
ز	za	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain ‘....	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa	f	Df
ق	qaf	q	Ki
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em
ن	nun	n	En
و	wawu	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya	y	Ye

2. Vokal

1) Vokal Tunggal (Monoftong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau

harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
—	Fathah	a	a
—	Kasrah	i	i
—	Ḍamah	u	u

Contoh:

كَتَبَ - *kataba* يَذْهَبُ - *yazhabu*

فَعَلَ - *fa'ala* سُئِلَ - *su'ila*

2) Vokal Rangkap (Diftong)

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

Tanda dan Huruf	Nama@	Gabungan Huruf	Nama
يَ—	<i>Fathah dan ya</i>	<i>Ai</i>	a dan i
وَ—	<i>Fathah dan wawu</i>	<i>Au</i>	a dan u

Contoh:

كَيْفَ - *kaifa* هَوَّلَ - *haulā*

3. Maddah

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

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...	<i>fathah dan alif</i>	<i>ā</i>	a dan garis di atas
يِي	<i>kasrah dan ya</i>	<i>ī</i>	i dan garis di atas
و-----	<i>ḍammah dan wawu</i>	<i>ū</i>	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - *qāla* قِيلَ - *qīla*

رَمَى - *ramā* يَقُولُ - *yaqūlu*

4. *Ta Marbūṭah*

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakat fathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضة الأطفال	<i>Rauḍah al-Aṭfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-Munawwarah</i>
طلحة	<i>Ṭalḥah</i>

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

رَبَّنَا - *rabbanā*

نَزَّلَ - *nazzala*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرجل - al-rajulu

القلم - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	ءكل	<i>Akala</i>
Hamzah di tengah	تأخذون	<i>ta'khuzūna</i>
Hamzah di akhir	التوء	<i>an-nau'u</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair ar-raziqin*

فاوفوا الكيل والميزان : *fā aufū al-kaila wa al-mīzan*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan arab huruf kapital tidak dikenal, transliterasi huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh:

ومحمد الا رسول Wa mā Muḥammadun illā rasūl.

ولقد راه بالافق المبين Wa laqad raāhu bi al-ulfuq al-mubīn

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN REKOMENDASI UJIAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PEDOMAN TRANSLIERASI ARAB-LATIN.....	vii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penulisan.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Kegunaan Penulisan Tugas Akhir	4
D. Metode Penulisan Tugas Akhir	5
E. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan	7
F. Sistematika Penulisan Tugas Akhir	8
BAB II GAMBARAN UMUM PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP	
PURBALINGGA	
A. Gambaran Umum Lokasi PT Bank Syariah Mandiri	9
1. Sejarah Singkat PT Bank Syariah Mandiri	9
2. Visi dan Misi PT Bank Syariah Mandiri	11
3. <i>Shared values Ethic</i> PT Bank Syariah Mandiri	12

4. Tagline BSM	13
5. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga .	14
B. Sistem Operasional dan Produk-Produk Bank Syariah Mandiri (BSM).....	14
1. Konsep Operasional	14
2. Produk-produk Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga	15
a. Produk Pendanaan	15
b. Produk Pembiayaan	26
c. Jasa-jasa Lainnya	39

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil	45
1. Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran	45
2. Strategi Pemasaran Produk BSM	50
B. Pembahasan.....	56
1. Strategi Pemasaran Produk BSM Tabungan Investa Cendekia	56
2. Hambatan-hambatan Pemasaran Produk BSM Tabungan Investa Cendekia	58

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Manfaat Asuransi BSM Tabungan Investa Cendekia	17
Tabel 2. Ketentuan Premi Asuransi BSM Tabungan Investa Cendekia.	18
Tabel 3. Ilustrasi Santunan Manfaat Asuransi	19



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman wawancara
- Lampiran 2. Dokumentasi
- Lampiran 3. Brosur pembiayaan warung mikro BSM KCP Temanggung
- Lampiran 4. Brosur produk dan jasa BSM
- Lampiran 5. Formulir aplikasi pembiayaan warung mikro
- Lampiran 6. Fatwa Dewan Syariah Nasional dan Majelis Ulama Indonesia tentang
Murābahah
- Lampiran 7. Fatwa Dewan Syariah Nasional dan Majelis Ulama Indonesia tentang
wakālah
- Lampiran 8. Contoh akad *Murābahah* pada pembiayaan warung mikro
- Lampiran 9. Contoh akad *Wakālah* pada pembiayaan warung mikro
- Lampiran 10. Contoh Surat Pengesahan Persetujuan Pembiayaan (SP3)
- Lampiran 11. Contoh Surat Persetujuan Istri
- Lampiran 12. Contoh Surat Pernyataan Nasabah
- Lampiran 13. Contoh Surat Tanda Terima Uang
- Lampiran 14. Contoh Surat Pernyataan dan Kuasa
- Lampiran 15. Blangko Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 16. Sertifikat-Sertifikat

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank Syari'ah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau bisa disebut dengan Bank Tanpa Bunga, adalah lembaga keuangan/ perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadist Nabi SAW. dengan kata lain, bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. ¹

Lembaga keuangan bank di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu, bank yang bersifat konvensional dan bank yang bersifat syariah. Bank yang bersifat konvensional adalah bank yang kegiatan operasionalnya menggunakan sistem bunga, sedangkan bank yang bersifat syariah adalah bank yang kegiatan operasionalnya tidak mengandalkan pada bunga akan tetapi kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan al-Qur'an dan Hadis. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.²

¹ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2005), hlm.1.

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hlm. 1.

Pesatnya perkembangan lembaga perbankan islam karena Bank Islam memiliki keistimewaan-keistimewaan. Salah-satu keistimewaan yang utama adalah yang melekat pada konsep (*build in concept*) dengan berorientasi pada kebersamaan. Orientasi kebersamaan inilah yang menjadikan Bank Islam mampu tampil sebagai alternatif pengganti sistem bunga yang selama ini hukumnya (halal atau haram) masih diragukan oleh masyarakat muslim. Pada dasarnya, aktivitas Bank Islam tidak jauh berbeda dengan aktivitas bank-bank yang telah ada, perbedaannya selain terletak pada orientasi konsep juga terletak pada konsep dasar operasionalnya yang berlandaskan pada ketentuan-ketentuan dalam islam.³

Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba). Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan islam dengan sistem perbankan konvensional. Secara teknis, riba adalah tambahan pada jumlah pokok pinjaman sesuai dengan jangka waktu peminjaman dan jumlah pinjamannya.⁴

Untuk mengenalkan produk-produk yang ada di bank kepada masyarakat luas diperlukan strategi pemasaran yang baik. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan,

³ Sumitro Warkum, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 1-2.

⁴ Mervin K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syariah Prinsip, Praktik dan Prospek*, Cet ke-1, terj. Burhan Subrata, (Jakarta: Serambi, 2004), hlm. 11.

mengomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.⁵ Strategi pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi pesaing.

Setiap bank harus memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produk-produk yang ada di bank. Salah satunya adalah di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga. Di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga memiliki 3 jenis pembiayaan salah satunya adalah pendanaan atau funding. Produk-produk yang ada pada jenis pendanaan atau funding antara lain adalah:

1. Tabungan BSM
2. Bsm Tabungan Maburur
3. Bsm Tabungan Investa Cendekia
4. Bsm Tabungan Berencana
5. Bsm Tabungan Simpatik
6. Tabunganku
7. BSM Deposito
8. BSM giro

Dari beberapa jenis pendanaan penulis akan lebih mendalami mengenai Bsm Tabungan Investa Cendekia. Bsm Tabungan Investa Cendekia adalah tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi. Bsm

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan (Jakarta: Index, 2007), hlm. 6.

tabungan investa cendekia ini menggunakan prinsip syariah *muḍārabah muṭlaqah*.

Dengan demikian, berdasarkan uraian-uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai Strategi Bauran Pemasaran Produk Bsm Tabungan Investa Cendekia pada Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

Maka melalui laporan penulisan Tugas Akhir ini penulis mengambil judul: **“STRATEGI BAURAN PEMASARAN PRODUK BSM TABUNGAN INVESTA CENDEKIA PADA BANK SYARIAH MANDIRI KCP PURBALINGGA.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, dapat diambil rumusan masalahnya, sebagai berikut: “Bagaimana strategi bauran pemasaran BSM Tabungan Investa Cendekia pada Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga?”

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah cara pemasaran bsm tabungan investa cendekia di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga kepada masyarakat.

2. Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

Menambah wawasan tentang strategi pemasaran produk bsm tabungan investa cendekia pada Bank Syariah Mandiri kcp Purbalingga.

b. Praktis

Laporan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan untuk mempromosikan bsm tabungan investa cendekia kepada masyarakat luas.

D. Metode Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penulisan yang digunakan dalam penyusunan penulisan Tugas Akhir adalah metode analisis *deskriptif*. Analisis *deskriptif* yaitu suatu metode yang digunakan terhadap data yang dikumpulkan kemudian disusun, dijelaskan dan dianalisis.⁶ Dalam hal ini penulis menyusun dan menjelaskan data-data yang telah didapat dari *observasi* di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga dan dituangkan dalam bentuk tulisan.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan responden.⁷ Metode ini penulis gunakan untuk mendapatkan data dari informan yaitu karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.

b. Pengamatan (*Observasi*)

Observasi adalah pengamatan langsung kepada suatu objek yang akan diteliti guna mengumpulkan data dengan cara melakukan pencatatan

⁶ Surakhmadi, *Metode Penelitian Survey* (Jakarta: Aneka, 1999), hlm. 8.

⁷ Arsyad Lincoin dan Soeratno, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1988).hlm. 89.

secara cermat dan sistematis.⁸ Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kategorisasi dan klasifikasi bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen maupun buku-buku, koran, majalah dan lain-lain.⁹ Adapun sumber-sumber dokumentasi tersebut berasal dari dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga. Selain meminta dokumen dari bank, penulis juga mengambil beberapa referensi dari buku-buku yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk bsm tabungan investa cendekia. Semua dokumen-dokumen diatas berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan atau menambah referensi guna menyusun Tugas Akhir ini.

3. Sumber Data

Selain jenis data suatu penelitian juga dibutuhkan sumber data untuk mempermudah dalam merencanakan masalah data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti atau ada hubungannya dengan obyek yang diteliti.¹⁰

⁸ *Ibid.*, hlm. 89.

⁹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1998), hlm. 95.

¹⁰ Tika Mohpabundu, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 57.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi kepada pihak Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga yang memahami langsung tentang strategi pemasaran produk BSM tabungan Investa Cendekia pada Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh atau berasal dari bahan kepustakaan. Dalam penelitian ini data sekunder berupa dokumen-dokumen, buku-buku, arsip-arsip serta informasi lain yang tertulis.

E. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja

1. Lokasi Pelaksanaan PKL

Lokasi pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma Tiga (D III) MPS yaitu bertempat di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga yang beralamat di Jalan Jendral Sudirman No. 95 Purbalingga

2. Waktu Pelaksanaan PKL

Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma Tiga (D III) MPS dimulai pada hari Senin, tanggal 12 Januari 2015 (serah terima dari Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) kepada pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Purwokerto) sampai dengan hari Jum'at 30 Januari 2015 (pengembalian mahasiswa Praktek Kerja Lapangan (PKL) Program Diploma Tiga (D III) MPS dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Purbalingga kepada pihak IAIN Purwokerto).

F. Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Untuk memberikan gambaran yang jelas secara menyeluruh dalam memahami rencana laporan tugas akhir ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

Sistematika penulisan ini, penulis bagi menjadi empat bab setelah itu penulis juga menambahkan tambahan formalitas yang berisikan halaman judul, halaman pernyataan keaslian, halaman rekomendasi tugas akhir, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar dan daftar lampiran.

BAB I, Pendahuluan memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan singkat mengenai penulisan tugas akhir, metode penelitian serta lokasi dan waktu penelitian tersebut.

BAB II, Memuat tentang gambaran umum lokasi penelitian seperti koordinasi Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, sistem operasional Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga dan produk-produk yang dimiliki Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

BAB III, Memuat tentang bagaimana strategi pemasaran bsm tabungan investa cendekia di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

BAB IV, Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup. Selain itu, penulis juga menyertakan lempira-lampiran dan riwayat hidup.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PRAKTEK KERJA LAPANGAN

PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP PURBALINGGA

A. Gambaran Umum Lokasi PT BSM KCP Purbalingga

1. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri

Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah dari krisis yang menerpa negeri ini. Sebagaimana kita ketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional, telah menimbulkan dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan di Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah Indonesia akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah tengah melakukan *merger* empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) ke dalam PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999.

Akibat dari *merger* keempat bank ke dalam Bank Mandiri, PT Bank Mandiri (Persero) menjadi pemilik mayoritas baru BSB.¹¹

Dalam proses *merger*, Bank Mandiri sambil melakukan konsolidasi juga membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di group Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Dalam kondisi seperti itulah, Tim Pengembangan Perbankan Syariah menemukan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Setelah Tim Pengembangan Perbankan Syariah mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, maka kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

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

¹¹ Bank Syariah Mandiri, Profil Perusahaan, (<http://www.syariahamandiri.co.id/category/info-perusahaan/profil-perusahaan/>), diakses Februari 2015).

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT Bank Syariah Mandiri. Bank ini hadir sebagai bank yang mengombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.¹²

Seiring dengan cita-cita Bank Syariah Mandiri untuk berbakti pada negara sampai pelosok nusantara, Bank Syariah Mandiri melihat prospek bisnis yang sangat potensial dan bagus di daerah Purbalingga Provinsi Jawa Tengah sebagai tempat untuk memperluas usahanya di bidang perbankan dengan mengembangkan nilai-nilai syariahnya, Sehingga didirikanlah Kantor Cabang Pembantu Bank Syariah Mandiri di Purbalingga.

Bank syariah mandiri yang pada awalnya hanya memiliki 8 kantor cabang. Sekarang sudah ada 860 outlet di seluruh nusantara.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Memimpin Pengembangan Peradaban Ekonomi yang Mulia

(To lead the development of noble economic civilization)

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

¹² *Ibid.*

- 2) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- 3) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 4) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.
- 5) Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.

3. *Shared values Ethic* PT Bank Syariah Mandiri

a. *Excellence* (imtiyaaaz)

Mencapai hasil yang mendekati sempurna (*perfect result-oriented*)

- 1) *Prudence* : menjaga amanah dan melakukan perbaikan proses terus menerus.
- 2) *Competence* : meningkatkan keahlian sesuai tugas yang diberikan dan tuntutan profesi bankir.

b. *Teamwork* (Amal Jama'iy)

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi

- 1) *Trusted & Trust* : mengembangkan perilaku dapat dipercaya dan percaya.
- 2) *Contribution* : memberikan kontribusi positif dan optimal.

c. *Humanity* (insaniyyah)

Mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan

- 1) *Social & Environment Care* : memiliki kepedulian yang tulus terhadap lingkungan dan sosial.
- 2) *Inclusivity* : mengembangkan perilaku mengayomi.

d. *Integrity* (Shidiq)

Berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi

1) *Honesty* : jujur.

2) *Good Governance* : melaksanakan tata kelola yang baik.

e. *Customer Focus* (Tafdhiu Al-‘Umalaa)

Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya nasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah (internal dan eksternal)

1) *Innovation* : mengembangkan proses, layanan, dan produk untuk melampaui harapan nasabah.

2) *Service Excellence* : memberikan layanan terbaik yang melampaui harapan nasabah.

4. Tagline BSM

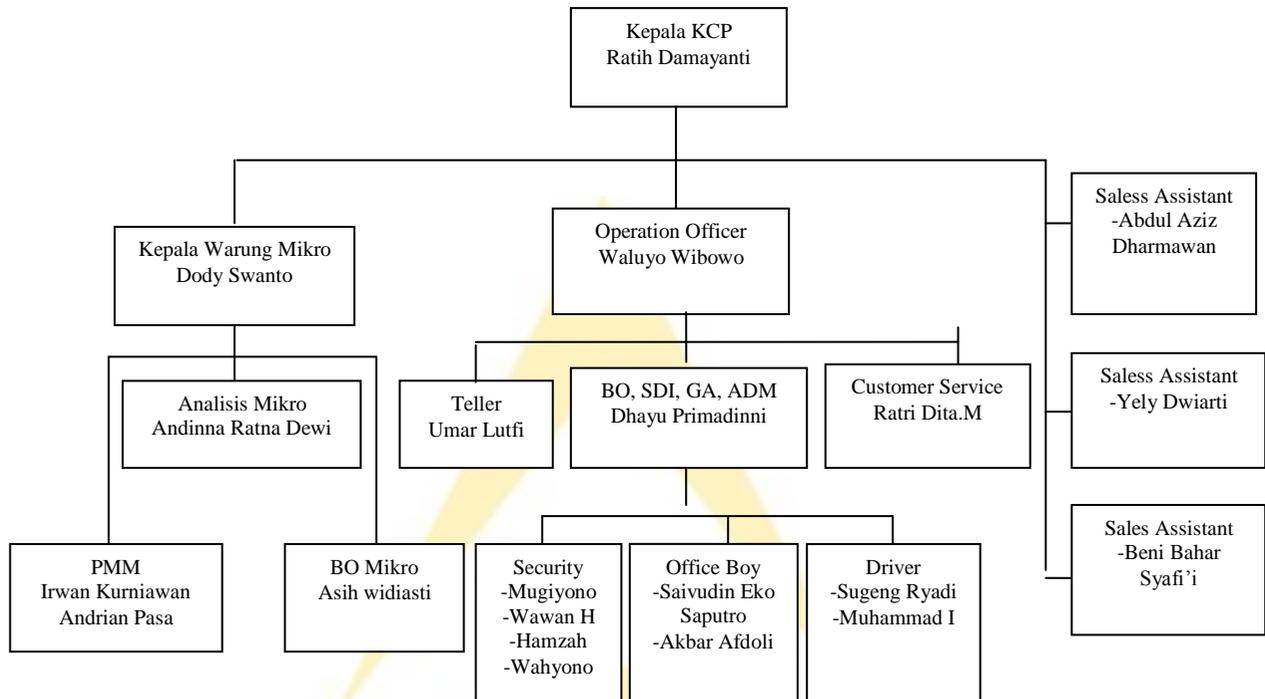
Untuk Peradaban Mulia (*For noble civilization*)

“Untuk peradaban mulia” adalah janji BSM kepada seluruh stakeholder bahwa seluruh daya yang dimiliki dan upaya yang dilakukan ditujukan untuk tercapainya peradaban ekonomi yang mulia.

IAIN PURWOKERTO

5. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

Struktur organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga



B. Sistem Operasional dan Produk-produk Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

1. Konsep Operasional

Sistem operasional Bank Syariah Mandiri yang terdiri dari penghimpunan dana dan penyaluran dana secara garis besar kami gambarkan lewat *flow chart* yaitu *flow chart Deposito*, Setoran tunai, Penarikan tunai, Transfer, Kliring dan prosedur umum pembiayaan.

2. Produk- Produk Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

a. Produk Pendanaan Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

1) Tabungan Bsm

Tabungan bsm adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.

Manfaat:

- a) Aman dan terjamin
- b) Online di seluruh Outline BSM
- c) Bagi Hasil yang kompetitif
- d) Fasilitas BSM card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit
- e) Fasilitas E-banking yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking
- f) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan Shodaqah

Persyaratan : Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

Karakteristik :

- a) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *muḍārabah Muṭlaqah*
- b) Minimum setoran awal Rp. 80.000
- c) Minimum setoran berikutnya Rp. 10.000
- d) Saldo minimum Rp. 50.000
- e) Biaya tutup rekening Rp. 20.000
- f) Biaya administrasi perbulan Rp. 7.000

Contoh perhitungan:

Saldo rata-rata tabungan Pak Sarman bulan Agustus 2008 adalah Rp. 1juta. Perbandingan bagi hasil antara bank dan nasabah adalah 66:34. Bila saldo rata-rata tabungan seluruh nasabah BSM pada Agustus 2008 adalah 70Milyar dan pendapatan bank yang dibagi hasilkan untuk nasabah untuk tabungan adalah Rp. 6 milyar maka bagi hasil yang diperoleh Pak Sarman adalah = $\text{Rp. } 1.000.000 : \text{Rp. } 70.000.000 \times \text{Rp. } 6.000.000.000 \times 34 \% = \text{Rp. } 29.143$ (sebelum dipotong pajak)¹³

2) Bsm Tabungan Maburur

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

Manfaat :

- a) Aman dan terjamin
- b) Fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji
- c) Online dengan siskohat departemen agama untuk kemudahan pendaftaran haji

Persyaratan : Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) Nasabah

Karakteristik :

- a) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *muḍārahmuṭlaqah*
- b) Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi biaya penyelenggaraan ibadah Haji / Umrah (BPIH)
- c) Setoran awal minimal Rp. 100.000
- d) Setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000

¹³ Brosur BSM Produk Dana dan Jasa, Tahun 2015.

- e) Saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp. 25.100.000 atau sesuai dengan ketentuan dari Departemen Agama
- f) Biaya penutupan rekening karena batal Rp. 25.000.¹⁴
- 3) BSM tabungan investasi cendekia

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

Manfaat tabungan :

- a) Bagi hasil yang kompetitif
- b) Kemudahan perencanaan keuangan masa depan, khususnya pendidikan putra/putri.
- c) Perlindungan asuransi secara otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan

	Tahun Pertama kepesertaan	Tahun Kedua dan Seterusnya
Meninggal dunia karena sakit (bukan karena kecelakaan)	Santunan meninggal sebesar 50x setoran bulanan (setelah 3 bulan kepesertaan dan max Rp 50juta)	-santunan manfaat asuransi sebesar 100x setoran bulanan. -pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani

¹⁴ *Ibid*

Meninggal dunia atau cacat tetap total karena kecelakaan	-santunan manfaat asuransi sebesar 120 setoran bulanan -pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani	-santunan manfaat asuransi sebesar 120 setoran bulanan -pembayaran sisa setoran bulanan untuk masa yang belum dijalani
---	--	--

Tabel 1 Manfaat Asuransi BSM Tabungan Investa Cendekia

Ketentuan premi asuransi :

- a) Premi asuransi akan didebet secara otomatis dari setoran bulanan tabungan
- b) Premi asuransi ditentukan berdasarkan periode produk :

Tabel 2

Jangka waktu menabung	Besarnya premi
1-5 tahun	2,50 %
6-10 tahun	3,75 %
11-15 tahun	5,00 %
16-20 tahun	6,50 %

Tabel 2. Ketentuan Premi Asuransi BSM Tabungan Investa Cendekia.

Ilustrasi Santunan Manfaat Asuransi:

Jangka	Terjadi	Santunan	Sisa	Total santuan
--------	---------	----------	------	---------------

waktu menabung	risiko	tunai	setoran bulanan	manfaat asuransi
11 tahun	Bulan ke-10	50x setoran tunai	122	172x sisa setoran bulanan
20 tahun	Bulan ke-13	100x setoran bulanan	227	327x sisa setoran bulanan

Tabel 3. Ilustrasi Santunan Manfaat Asuransi

Persyaratan :

- a) Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah
- b) Memiliki Tabungan BSM sebagai rekening asal (source account)

Karakteristik :

- a) Berdasarkan prinsip syariah *muḍārabah muṭlaqah*
- b) Periode tabungan 1 s.d 20 tahun
- c) Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 55 tahun (usia masuk ditambah periode kontrak sama atau tidak melebihi 60 tahun)
- d) Setoran bulanan minimal Rp. 100.000 s.d. Rp. 10.000.000
- e) Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah
- f) Penarikan sebagai saldo diperbolehkan, dengan saldo minimal Rp. 1.000.000.

Contoh perhitungan :

Saat ini sabrina, anak saya, berumur 2 tahun. Empat tahun lagi ia akan masuk sd. Berapa dana yang harus saya tabung setiap bulan untuk biaya kelak ia masuk SD?

Jika saat ini biaya masuk SD sekitar Rp. 8 juta dan asumsi kenaikan biaya pendidikan adalah 20% per tahun, maka dana yang diperlukan

untuk masuk SD 4 tahun lagi adalah : Rp. 8.000.000 x (1,2)⁴ = Rp. 16.588.800.

Jadi setiap bulan dana yang harus ditabung adalah Rp. 16.588.800 : 48 bulan = Rp. 345.600 (bagi hasil diabaikan).¹⁵

4) BSM tabungan berencana

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

Manfaat Tabungan :

- a) Bagi hasil yang kompetitif
- b) Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang
- c) Perlindungan asuransi secara gratis & otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan
- d) Jaminan pencapaian target dana

Manfaat Asuransi :

Santunan tunai berfungsi untuk memenuhi kekurangan target dana, sehingga manfaat asuransi dihitung dengan cara : target dana – saldo saat klaim.

Persyaratan :

- a) Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah
- b) Memiliki Tabungan BSM sebagai rekening asal (source account)

¹⁵ *Ibid.*

Karakteristik :

- a) Berdasarkan prinsip syariah *muḍārabah muṭlaqah*
 - b) Periode tabungan 1 s.d 10 tahun
 - c) Usia nasabah minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun saat jatuh tempo
 - d) Setoran bulanan minimal Rp. 100.000
 - e) Target dana minimal Rp. 1.200.000 dan maksimal Rp. 200.000.000.
 - f) Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah
 - g) Tidak dapat menerima setoran diluar setoran bulanan
 - h) Saldo tabungan tidak bisa ditarik. Apabila ditutup sebelum jatuh tempo (akhir masa kontrak) akan dikenakan biaya administrasi.¹⁶
- 5) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip *wadī'ah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

Manfaat :

- a) Aman dan terjamin
- b) Online di seluruh outline BSM
- c) Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM
- d) Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit
- e) Fasilitas e-banking yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking
- f) Penyaluran zakat, infaq dan sedekah

¹⁶ *Ibid.*

Persyaratan : Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) Nasabah

Karakteristik :

- a) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadi'ah*
- b) Setoran awal minimal Rp. 20.000 (tanpa ATM) & Rp. 30.000 (dengan ATM)
- c) Setoran berikutnya minimal Rp. 10.000
- d) Saldo minimal Rp. 20.000
- e) Biaya tutup rekening Rp. 10.000
- f) Biaya administrasi Rp. 2.500 per rekening perbulan atau sebesar bonus bulanan (tidak mengurangi saldo minimal)

BSM juga menyediakan produk bsm tabungan dollar & bsm tabungan kurban.¹⁷

6) TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Manfaat :

- a) Aman dan terjamin dan online di seluruh outline BSM
- b) Bonus *wadi'ah* diberikan sesuai kebijakan bank.

¹⁷ *Ibid.*

Fasilitas :

- a) Fasilitas Kartu TabunganKu, berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
- b) Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
- c) Kemudahan dalam penyaluran zakat, infaq dan sedekah.

Persyaratan : Kartu Identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah

Karakteristik :

- a) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadī'ah yaḍ ḍamanah*
- b) Bebas biaya administrasi rekening.
- c) Biaya pemeliharaan kartu TabunganKu Rp. 2.000 (bila ada)
- d) Setoran awal minimum Rp. 20.000 dan setoran selanjutnya minimum Rp. 10.000
- e) Saldo minimum rekening (setelah penarikan) Rp. 20.000
- f) Biaya penutupan rekening atas permintaan nasabah Rp. 20.000
- g) Jumlah minimum penarikan di counter Rp. 100.000 kecuali saat tutup rekening.
- h) Rekening dorman (tidak ada transaksi selama 6 bulan berturut-turut):
 - (1) Biaya penalti Rp. 2.000 perbulan
 - (2) Apabila saldo rekening mencapai Rp. 20.000 maka rekening akan ditutup oleh sistem dengan biaya penutup rekening sebesar sisa saldo.¹⁸

¹⁸ *Ibid.*

7) BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *muḍārabah muṭlaqah*.

Manfaat:

- a) Dana aman dan terjamin dan dikelola secara syariah
- b) Bagi hasil yang kompetitif dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan
- c) Fasilitas automatic roll over (ARO)

Persyaratan :

- a) Perorangan : KTP/SIM/Paspor nasabah
- b) Perusahaan : KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP & NPWP

Karakteristik :

- a) Jangka waktu yang fleksibel : 1, 3, 6 dan 12 bulan
- b) Dicairkan pada saat jatuh tempo
- c) Setoran awal minimum Rp. 2.000.000
- d) Biaya Material Rp. 6.000

Contoh perhitungan bagi hasil :

Deposito Ibu Fitri Rp 10 juta berjangka waktu 1 bulan. Perbandingan nisbah bank dan nasabah adalah 48%:52%. Total saldo semua deposan (1bulan) adalah Rp. 200 Milyar dan bagi hasil yang dibagikan adalah Rp. 3 milyar. Bagi hasil yang di dapatkan Ibu Fitri adalah :

Rp. 10.000.000 : Rp. 200.000.000 x Rp. 3.000.000.000 x 52% = Rp. 78.000 (sebelum di potong pajak)

BSM juga menyediakan produk bsm deposito dollar.

8) BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ah yaq damanah*.

Manfaat :

- a) Dana aman dan tersedia setiap saat
- b) Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau bilyet / Giro
- c) Fasilitas Intercity Clearing untuk kecepatan bayar inkaso (kliring antar wilayah)
- d) Fasilitas BSM card sebagai kartu ATM sekaligus debit (untuk perorangan)
- e) Fasilitas pengiriman *account statement* setiap awal bulan
- f) Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM

Persyaratan :

- a) Perorangan : KTP/SIM/Paspor Nasabah
- b) Perusahaan : KTP Pengurus, Akte pendirian, SIUP & NPWP

Karakteristik :

- a) Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadi'ah yaq damanah*
- b) Setoran awal minimum Rp. 500.000 (perorangan) dan Rp. 1.000.000 (perusahaan)

- c) Saldo minimum Rp. 500.000 (perorangan) dan Rp. 1.000.000 (perusahaan)
- d) Biaya administrasi bulanan untuk perorangan Rp. 10.000, sedangkan untuk perusahaan Rp. 15.000
- e) Biaya tutup rekening Rp. 30.000
- f) Biaya administrasi buku cek / BG Rp. 100.000

BSM juga menyediakan produk bsm giro US Dollar, Sin Dollar & Euro¹⁹

b. Produk pembiayaan di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga

1) Pembiayaan produktif

a) BSM Griya (Pembiayaan Pemilikan Rumah)

Tujuan :

Memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memiliki rumah idaman sesuai dengan prinsip syariah.

Benefit :

- (1) Angsuran ringan dan tetap hingga jatuh tempo pembiayaan
- (2) Proses yang mudah dan cepat
- (3) Jangka waktu pembiayaan yang panjang
- (4) *Fleksibel auto debet* dari tabungan bsm
- (5) Bebas biaya penalty
- (6) Bebas biaya provisi dan appraisal

¹⁹ *Ibid.*

Persyaratan :

- (1) Karyawan dengan penghasilan tetap (jangka waktu maksimum 15 tahun)
- (2) Wiraswasta dan professional (jangka waktu maksimum 10 tahun)
- (3) WNI Cakap Hukum
- (4) Usia karyawan minimal 21 tahun dan pada saat jatuh tempo pembiayaan usia maksimal 55 tahun atau belum pension, sedangkan untuk wiraswasta dan professional pada saat jatuh tempo fasilitas pembiayaan usia maksimal 60 tahun.

Dokumen yang diperlukan sebagai Prasyarat pembiayaan konsumtif rumah:

Rekening BSM, Formulir permohonan, KTP suami/istri, Akte nikah dan kartu keluarga, NPWP, Curriculum vite, Rekening giro/ tabungan, SK kerja perusahaan bagi pegawai, Slip gaji, Surat kuasa potong gaji, Legalitas usaha, Laporan keuangan, Surat penawaran diri, Dealer/Development/RAB, Daftar relasi usaha (status pekerjaan), Data obyek pembiayaan (sertifikat, IMB, PBB tahun terakhir).

b) Pembiayaan Pemilikan Rumah (PUMP-KB Jamsostek)

Tujuan

Dukungan pendanaan yang diberikan jamsostek kepada bank untuk disalurkan dalam bentuk PPR kepada peserta jamsostek yang memenuhi criteria / persyaratan tertentu.

Benefit :

- (1) Angsuran ringan dan tetap hingga jatuh tempo pembiayaan
- (2) Proses yang mudah dan cepat
- (3) Diperuntukan pembelian rumah baru (*ready stock*) atau *used house*
- (4) Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 10 tahun
- (5) Besarnya PUMP-KB sampai dengan Rp. 50 juta

Persyaratan :

- (1) Cakap hukum
- (2) Keanggotaan jamsostek >1 tahun
- (3) Peserta masih aktif bekerja
- (4) Apabila suami istri menjadi peserta jamsostek, maka yang berhak mendapatkan PUMP adalah salah satu dari yang bersangkutan
- (5) Belum memiliki rumah yang dibuktikan surat keterangan dari kelurahan
- (6) Tidak sedang memiliki pembiayaan fasilitas pinjaman uang muka perumahan (PUMP) jamsostek
- (7) Usia maksimum tidak lebih dari usia pension dikurangi jangka waktu pembiayaan²⁰

²⁰ *Ibid.*

c) BSM Oto (Pembiayaan Pemilikan Mobil)

Tujuannya

Untuk memberikan kemudahan kepada nasabah untuk memiliki pemilikan kendaraan roda empat baik baru maupun bekas dengan sistem *murābahah*.

Benefit atau keuntungannya:

- (1) Uang muka mulai dari 30% dengan jangka waktu pembiayaan hingga lima (5) tahun.
- (2) Prosesnya mudah dan cepat.
- (3) Fleksibel dalam menentukan jenis kendaraan bermotor baik baru maupun bekas.
- (4) Khusus untuk mobil, maksimal mobil pada saat jatuh tempo pembiayaan maksimal 10 (sepuluh) tahun.
- (5) Angsuran ringan dan tetap.
- (6) Margin kompetitif dan tetap hingga akhir masa pembiayaan.
- (7) Bebas biaya penalti (tidak dikenakan denda).

Persyaratan

- (1) Cakap hukum
- (2) Perorangan dengan masa kerja atau usaha minimal 2 (dua) tahun dibidangnya.
- (3) Usia pemohon pada saat pengajuan pembiayaan bermotor (PKB) minimal 21 tahun dan maksimal 55 tahun pada saat jatuh tempo fasilitas PKB.

(4) Pengajuan PKB dapat dilaksanakan secara individu atau kolektif oleh instansi dimana pemohon bekerja.

d) Pembiayaan Koperasi Pada Anggota

Tujuan :

fasilitas penyaluran pembiayaan kepada / melalui koperasi karyawan (kopkar) untuk pemenuhan kebutuhan para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan melalui koperasi kepada karyawan.

Benefit :

mengembangkan koperasi karyawan dalam membantu karyawan tetap instansi perusahaan.

Persyaratan :

- (1) Kopkar memiliki kelengkapan organisasi sesuai UU No 25 tahun 1992
- (2) Kopkar melaksanakan RAT minimal 2 tahun terakhir dan beroperasi minimal 3 tahun
- (3) Kopkar bertindak sebagai avalist penuh atas penyaluran pembiayaan bank kepada anggota kopkar (nasabah)
- (4) Kopkar telah memiliki laporan keuangan yang baik dan wajar minimal untuk periode 2 tahun terakhir dan profit, kecuali instansi pemerintah
- (5) Perusahaan tempat kopkar bernaung telah beroperasi minimal 5 tahun dan profit

(6) Perusahaan bersedia untuk melakukan pemotongan gaji pegawai.²¹

e) Bsm Implan

Tujuan :

Pembiayaan consumer dalam valuta rupiah yang diberikan bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara masal, dikoordinasikan serta direkomendasikan oleh perusahaan tersebut.

Peruntukan :

Pegawai tetap perusahaan / lembaga pemerintah, BUMN/BUMD, perusahaan multi nasional, perusahaan besar yang masuk bursa / *go public*, atau perusahaan swasta yang bonafide.

Benefit :

- (1) Membantu pegawai tetap instansi dalam memenuhi kebutuhan konsumtif halal
- (2) Mengurangi biaya perusahaan untuk pinjaman pegawai
- (3) Meningkatkan value perusahaan dalam persepsi pegawai

Persyaratan :

- (1) Instansi / perusahaan harus melakukan PKS (perjanjian kerja sama) dengan BSM
- (2) Instansi / perusahaan bersedia melakukan pemotongan gaji pegawai tetap instansi

²¹ *Ibid.*

f) Pembiayaan Kepada Pensiunan

Fitur :

- (1) Akad *murābahah* / *ijārah*
- (2) Pensiunan PNS / BUMN/ Swasta yang memiliki manfaat pension setiap bulan
- (3) Pada saat jatuh tempo fasilitas usia maksimal 70 tahun

Tujuan :

Pembayaran yang diperuntukan bagi pensiunan, dengan pembiayaan angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pension bulanan.

Peruntukan : Individu / perorangan

Benefit ;

- (1) Plafon maksimal Rp. 100.000.000,-
- (2) Memberikan kesempatan dan kemudahan memperoleh fasilitas pembiayaan kepada pension
- (3) Menjembatani kebutuhan dana yang diperlukan oleh para pensiunan untuk memulai usaha yang produktif
- (4) Menyalurkan pembiayaan agar mampu meningkatkan kualitas hidup pensiunan dengan system pembayaran angsuran melaui potong langsung atas uang pensiunan yang diterima setiap bulan

g) Dana Pendidikan

Tujuan :

pembiayaan jangka pendek dan jangka menengah untuk memenuhi kebutuhan akad biaya pendidikan (pendaftaran tahun ajaran / semester baru) dengan akad *ijārah*

Manfaat :

- (1) Sesuai syariah dan non ribawi
- (2) Angsuran yang ringan dibandingkan dengan produk tanpa agunan sejenis
- (3) Angsuran tetap sampai dengan 3 tahun
- (4) Proses cepat dan mudah
- (5) Biaya administrasi ringan

Peruntukan : Individu / perorangan

Kriteria nasabah :

- (1) Orangtua calon pelajar / mahasiswa, bila calon pelajar belum memiliki kemampuan financial secara pribadi atau penghasilan yang bankable (masih berada di bawah pengampuan).
- (2) Pelajar / mahasiswa, bila yang bersangkutan sudah memiliki kemampuan / penghasilan yang bankable, sehingga mampu membiayai dirinya sendiri.

Persyaratan :

- (1) Cakap hukum.

- (2) Pekerjaan: Pegawai, wiraswasta, professional (minimal 2 tahun berjalan).
- (3) Usia nasabah minimal 21 tahun dan pada saat jatuh tempo usia maksimal 55 tahun atau belum pensiun, khusus untuk wiraswasta dan professional pada saat jatuh tempo fasilitas usia maksimal 60 tahun.
- (4) Jika nasabah adalah karyawan instansi, maka instansi tersebut dinilai bonafiditasnya dan bersedia untuk bekerja sama pembayaran angsuran melalui pemotongan gaji

h) Peralatan Kedokteran

Tujuan :

Pembayaran untuk pembelian barang modal atau peralatan penunjang kerja di bidang kedokteran

Peruntukan : Dokter gigi dan dokter spesialis secara perorangan

Kriteria nasabah :

- (1) Cakap hukum
- (2) Dokter gigi dan telah menjalani praktek sebagai dokter selama 2 tahun atau dokter spesialis dan telah menjalani praktek sebagai dokter (termasuk masa praktek sebagai dokter umum) minimal selama 2 tahun
- (3) Usia nasabah pada saat jatuh tempo pembiayaan maksimal 65 tahun

- (4) Izin praktek resmi dari Departemen Kesehatan dan izin lokasi praktek dokter

Karakteristik:

- (1) Menggunakan prinsip syariah *murābahah*
- (2) Jangka waktu pembiayaan 1 s.d 5 tahun
- (3) Jumlah pembiayaan minimal sebesar Rp. 25 Juta dan maksimal Rp. 500. 000 dengan ketentuan sebagai berikut :

Apabila jaminan pembiayaan hanya berupa peralatan yang dibiayai, maka maksimal pembiayaan yang dapat diberikan dalah sebesar 70% dari harga transaksi peralatan yang dibiayai, dan peralatan tersebut dibeli dari supplier yang telah disetujui dan bekerja sama dengan bank.

Apabila disertai dengan jaminan tambahan berupa rumah atau mobil, maka dari harga transaksi peralatan yang dibiayai, dengan catatan nilai total likuiditas jaminan (sesuai ketentuan yang berlaku) minimal meng-cover 130% dari plafon pembiayaan.²²

i) Pembiayaan Talangan Haji

Tujuan

Pembiayaan yang diberikan kepada nasabah / jamaah haji dalam rangka pendaftaran haji untuk memperoleh nomor porsi haji BPIH regular dan khusus serta pelunasan BPIH khusus

Peruntukan : perorangan secara individual maupun kolektif

²²*Ibid.*

Karakteristik :

- (1) Pembiayaan ditetapkan maksimum sampai dengan Rp. 22.500.000
- (2) Jangka waktu talangan pendaftaran haji maksimal 1 tahun
- (3) Talangan pendaftaran BPIH khusus diberikan dalam IDR kepada jamaah maksimal Rp. 30.000.000
- (4) Talangan pelunasan haji khusus diberikan dalam USD kepada PIHK sebesar maksimal kekurangan biaya pelunasan haji khusus
- (5) Self financing pembiayaan haji regular Rp. 2.500.000
- (6) *Self financing* pembiayaan haji khusus sejumlah kekurangan biaya

Persyaratan :

- (1) Memiliki tabungan bsm mabrur dan menyetorkan BPIH melalui cabang BSM
- (2) Cakap hukum
- (3) Mempunyai pekerjaan yang tetap dan atau yang menurut penilaian bank diyakini memiliki kemampuan mengembalikan dana talangan haji tepat waktu
- (4) Bersedia memberikan jaminan sesuai ketentuan bank

Kriteria :

- (1) Mengisi form permohonan
- (2) Fotokopi KTP pemohon

- (3) Fotokopi KTP suami / istri pemohon (apabila telah menikah)
- (4) Fotokopi kartu keluarga dan surat nikah (apabila sudah menikah)/ surat cerai (bila janda/ duda)
- (5) Memiliki tabungan bsm mabrur atas nama yang bersangkutan
- (6) Surat pernyataan pembatalan keberangkatan dari calon jemaah haji diatas materai Rp. 6.000
- (7) Surat permohonan pengunduran diri dari calon jemaah haji kepada kantor kemenag setempat
- (8) Surat kuasa pengurusan pembatalan haji bermaterai Rp. 6.000 kepada cabang.²³

2) Pembiayaan produktif

Pembiayaan produktif menurut besarnya pembiayaan di bagi menjadi 3 yaitu:

- a) Pembiayaan komersial : diatas 1,5 milyar
- b) Pembiayaan retail : antara 100 juta sampai 1,5 milyar
- c) Pembiayaan mikro : pembiayaan antara 2 juta sampai dengan 100

juta

Masing-masing pembiayaan di bagi menjadi 2 yaitu :

- a) Pembiayaan investasi : pembelian asset tetap, seperti pembelian ruko, gudang dll
- b) Pembiayaan modal kerja : untuk menambah perputaran usaha

²³ *Ibid.*

Pembiayaan mikro adalah pembiayaan kepada calon nasabah atau nasabah perorangan atau badan usaha untuk membiayai kebutuhan usahanya melalui pembiayaan modal kerja dan atau pembiayaan investasi dengan maksimal limit sampai dengan Rp 100.000.000,00 (seratus juta rupiah) atau untuk membiayai kebutuhan di luar usahanya (keperluan konsumtif untuk membiayai pembelian barang bergerak maupun tidak bergerak, untuk biaya perbaikan rumah, biaya kuliah atau sekolah, biaya pengobatan, pernikahan dan lain-lain) dengan maksimal limit Rp. 50.000,00 (lima puluh ribu).

Fitur produk pembiayaan Mikro

a) Pembiayaan usaha mikro Tunas (PUM-Tunas)

Pembiayaan usaha mikro tunas (PUM-Tunas) ini diberikan kepada perorangan baik bagi golongan berpenghasilan tetap maupun golongan berpenghasilan tidak tetap serta badan usaha. Limit pembayaran pada PUM-Tunas minimal Rp. 2.000.000 (dua juta rupiah) sampai dengan Rp. 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) dengan jangka waktu maksimal 36 bulan. Dengan biaya administrasi Rp. 60.000 (enam puluh ribu) dengan biaya materai atas beban nasabah sedangkan biaya premi asuransi atas beban nasabah. Dengan margin 36 % efektif per anuitas.

b) Pembiayaan usaha mikro Madya (PUM-Madya)

Pembiayaan usaha mikro Madya (PUM-Madya) ini diberikan kepada perorangan baik bagi golongan berpenghasilan

tetap maupun golongan berpenghasilan tidak tetap serta badan usaha. Limit pembiayaan di atas Rp. 10.000.000 (sepuluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dengan jangka waktu maksimal 36 bulan. Dengan biaya administrasi 1% (satu per seratus) dari plafon pembiayaan sedangkan biaya materai atas beban bank, dan premi asuransi, biaya blokir BPKB atas beban nasabah dan biaya notaris atas beban nasabah (jika ada). Dengan margin 32 % efektif per anuitas.

c) Pembiayaan usaha mikro Utama (PUM-Utama)

Pembiayaan usaha mikro Utama (PUM-Utama) ini diberikan kepada perorangan baik bagi golongan berpenghasilan tetap maupun golongan berpenghasilan tidak tetap serta badan usaha. Limit pembiayaan di atas Rp. 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah) dengan jangka waktu maksimal 48 bulan. Dengan biaya administrasi 1% (satu per seratus) dari plafon pembiayaan sedangkan biaya materai atas beban bank, dan premi asuransi, biaya blokir BPKB atas beban nasabah dan biaya notaris atas beban nasabah (jika ada). Dengan margin 28 % efektif per anuitas

c. Jasa – jasa lainnya

Di bidang jasa antara lain

1) BSM Card

Kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC/Electronic Data Capture)

Manfaat :

- a) Kemudahan tarik tunai di seluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama dan ATM Prima
 - b) Kemudahan berbelanja di lebih dari 20.000 merchant yang menyediakan mesin-mesin EDC Prima BCA & EDC Mandiri antara lain : carrefour, giant, hypermart, toko buku gramedia, alfamart, indomaret, rumah sakit ibu dan anak hermina, apotik kimia farma, SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum)
 - c) Program diskon di merchant-mercant tertentu
- 2) BSM Mobile banking gprs

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui mobile phone (handphone) berbasis GPRS.

Manfaat :

- a) Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja
- b) Kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya di ATM
- c) Biaya pulsa paling murah, kurang dari Rp. 50 per transaksi
- d) Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM Card & ponsel yang menggunakan teknologi GPRS
- e) Dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening

Fasilitas / fitur :

- a) Transaksi antar rekening di BSM dan transfer rekening antar bank SKN

- b) Transfer real time ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima
- c) Transfer Uang Tunai (transfer ke bukan pemegang rekening)
- d) Pembelian pulsa
- e) Pembayaran premi asuransi dan zakat
- f) Informasi saldo, mutasi dan sebagainya

Syarat mendapatkan layanan BSM MBG :

- a) Memiliki rekening tabungan atau BSM Giro
- b) Memiliki BSM Card yang masih aktif
- c) Menggunakan ponsel berfasilitas GPRS
- d) Mengisi formulir permohonan BSM MBG

3) BSM Net Banking

Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui internet

Manfaat :

- a) Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja
- b) Dapat mengelola sendiri transaksi keuangan
- c) Pengamanan berlapis untuk setiap yang dilakukan di BSM Net banking
- d) Dilengkapi fitur spesial transfer real time ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening

Fasilitas / fitur :

- a) Transfer real time ke rekening di bank anggota ATM bersama dan Prima

- b) Transfer Uang Tunai (transfer ke bukan pemegang rekening)
- c) Transfer ke bank lain (kliring, RTGS)
- d) Pembayaran tagihan (telepon, listrik, dll)*
- e) Pembelian pulsa
- f) Informasi saldo dan data rekening nasabah serta cetak data mutasi transaksi

*) dalam pengembangan

Proses pendaftaran:

- a) Mengisi data pribadi pada aplikasi permohonan fasilitas BSM Net Banking
- b) Menerima PIN Mailer yang berisi key code (user ID, password, PIN Otoritas & TAN)
- c) Mendatangi lembar tanda terima PIN mailer key code dan menyerahkan kembali ke costmer service untuk proses aktivasi.

4) BSM Notifikasi

Layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirim melalui media SMS atau email.

Fitur :

- a) Berlaku bagi nasabah perseorangan dan institusi / perusahaan
- b) Notifikasi transaksi berupa transaksi debet, kredit atau debet dan kredit.

- c) Notifikasi transaksi disampaikan melalui media SMS dengan sender bsm center dan email BSMCenter@bsm.co.id
- d) Notifikasi dikirim realtime
- e) Biaya notifikasi
 - Melalui sms : Rp. 300 / sms
 - Melalui email : gratis
- f) Pilihan nominal minimal transaksi notifikasi:
Rp. 0, Rp. 100 rb, Rp. 200 ribu, Rp. 300 ribu, Rp. 400 ribu, Rp. 500 ribu, Rp. 1 juta, Rp. 10 juta
- g) Notifikasi dikirim melalui transaksi yang berhasil
- h) Transaksi yang dikirim melalui notifikasi adalah transaksi yang berhasil
- i) Transaksi yang dikirim melalui notifikasi adalah transaksi yang dilakukan melalui cabang, e-channel atau transaksi system.

5) Bsm Call

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

Fitur:

- a) Layanan melalui phone banking dengan fitur informasi saldo, 7 mutasi transaksi terakhir, permintaan rekening Koran (via fax/email) dan informasi

b) Layanan agent meliputi : informasi produk, penanganan keluhan, blokir kartu, informasi lokasi ATM / Cabang dan lainnya

c) Layanan multimedia meliputi:

Email : bsmcall@bsm.co.id , facebook : bsmcall dan twitter : @bsmcall

6) BSM ATM

Layanan berupa mesin ajungan tunai mandiri yang dimiliki oleh BSM dimana dapat digunakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi tunai maupun non tunai. Bsm atm juga dapat digunakan untuk nasabah dari bank anggota bersama, prima dan bancard.

Fitur :

- a) Cek Saldo
- b) Tarik Tunai
- c) Ubah PIN
- d) Transfer antar rekening BSM
- e) Transfer antar Bank
- f) Pembayaran Tagihan PLN
- g) Pembayaran Tagihan Indosat Postpaid (Matrix) Gratis

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

1. Tinjauan Tentang Strategi Pemasaran

a. Definisi Strategi Pemasaran

Menurut Bannett, strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara *implisit* maupun *eksplisit*) mengenai bagaimana suatu merek atau produk mencapai tujuannya. Sementara itu, Tull dan Kahle dalam bukunya Fandy mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen organisasi.²⁴ Strategi pemasaran juga dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan dan penerapan konsep, penetapan harga, dan distribusi barang, jasa dan ide untuk mewujudkan pertukaran yang memenuhi tujuan individu maupun organisasi. Definisi ini diterima paling luas oleh pengajar dan praktisi pemasaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemasaran bukan hanya periklanan dan *personal selling*. Pemasaran mencakup berbagai aktivitas dan yang ditunjukkan pada rangkaian berbagai jenis barang, jasa dan ide. Aktivitas ini meliputi

²⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Cet ke-2 (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm.

pengembangan, penetapan harga, promosi dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan barang jasa oleh konsumen.²⁵

Maka definisi pemasaran itu sendiri adalah adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.²⁶

b. Elemen Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran memiliki lima elemen yang saling terkait, kelima elemen tersebut adalah:

1) Pemilihan pasar, yaitu memilih pasar yang akan dilayani oleh perusahaan.

Faktor-faktor yang mendasari keputusan ini sebagai berikut:

a) Persepsi terhadap fungsi produk dan mengelompokkan teknologi yang dapat diproteksi dan didominasi.

b) Keterbatasan sumberdaya internal yang mendorong perlunya pemusatan (fokus) yang lebih sempit.

c) Pengalaman komulatif yang didasarkan pada *trial and error* di dalam menanggapi peluang dan tantangan.

d) Kemampuan khusus yang berasal dari akses terhadap sumber daya langka atau pasar yang terproteksi.

²⁵ Mas'ud dan Mahmud Manchfoedz, *Kewirausahaan suatu pendekatan kontemporer* (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), hlm. 125.

²⁶ Sunyoto Danang, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2013) hlm. 55.

- 2) Perencanaan produk, meliputi produk spesifik yang dijual, pembentukan lini produk, dan design penawaran individual pada masing-masing lini. Produk sendiri menawarkan manfaat total yang dapat diperoleh pelanggan dengan melakukan pembelian.
- 3) Penetapan harga, yaitu menentukan harga yang dapat mencerminkan nilai-nilai kualitatif dari produk kepada pelanggan.
- 4) Sistem *distribusi*, yaitu saluran perdagangan grosir dan eceran yang dinilai produk hingga mencapai konsumen akhir yang membeli dan menggunakannya.
- 5) Komunikasi pemasaran (promosi) yang meliputi periklanan, *personal selling* (penjualan pribadi), promosi penjualan, *direct marketing* (pemasaran langsung), dan *public relation*.²⁷

c. Tujuan Pemasaran

- 1) Dapat mengungguli para pesaing.
- 2) Mampu membaca dan menginterpretasikan gejala-gejala dalam arena yang terlewatkan oleh pesaing.
- 3) Dapat memusat perhatian pada sasaran yang paling menguntungkan, hal ini dilakukan untuk menjaga stabilitas kelangsungan hidup perusahaan.
- 4) Mempertahankan pertumbuhan yang kuat bagi perusahaan.²⁸
- 5) Meraih pangsa pasar yang lebih besar.

²⁷ Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Rev, Ed. 5), (Yogyakarta: Liberty, 2002), hlm. 143.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 144.

d. Konsep Strategi Pemasaran

Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Pemasaran merupakan fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal. Oleh karena itu pemasaran memainkan peranan penting dalam pengembangan strategi.

Dalam peranan strategisnya, pemasaran mencakup setiap usaha untuk mencapai kesesuaian antara perusahaan dengan lingkungannya dalam rangka mencari pemecahan atas masalah penentuan dua pertimbangan pokok. Pertama, bisnis apa yang digeluti perusahaan pada saat ini dan jenis bisnis apa yang dapat dimasuki di masa mendatang. Kedua, bagaimana bisnis yang telah dipilih tersebut dapat dijalankan dengan sukses dalam lingkungan yang kompetitif atas dasar perspektif produk, harga, promosi, dan distribusi (bauran pemasaran).

Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara limplisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Sementara itu, Tull dan Kahle mendefinisikan strategi pemasaran sebagai alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Pada dasarnya strategi pemasaran memberikan arah dalam kaitannya dengan variabel-

variabel seperti segmentasi pasar, identifikasi pasar sasaran, positioning, elemen bauran pemasaran, dan biaya bauran pemasaran.²⁹ Konsep dalam pemasaran meliputi:

1) Konsep Produksi

Menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan mereka dan oleh karenanya manajemen harus berkonsentrasi pada peningkatan efisiensi produksi dan efisiensi distribusi.

2) Konsep Produk

Konsep ini berpegang teguh bahwa konsumen akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang paling baik serta keistimewaan yang mencolok. Oleh karena itu perusahaan harus mencurahkan upaya terus menerus dalam perbaikan produk.

3) Konsep penjualan

Konsep penjualan berpikir bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk terkecuali perusahaan menjalankan suatu usaha promosi dan penjualan yang kokoh.

4) Konsep pemasaran

Konsep ini menyatakan bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan minat pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien

²⁹ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* ..., hlm. 5-6.

dibandingkan para pesaing sedemikian rupa sehingga dapat mempertahankan dan mempertinggi kesejahteraan masyarakat.

5) Konsep pemasaran kemasyarakatan

Merupakan konsep yang bersifat kemasyarakatan, konsep ini menekankan kepada penentuan kebutuhan, keinginan dan minat pasar serta memberikan kepuasan, sehingga memberikan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.³⁰

2. Strategi Pemasaran Produk BSM

a. Produk-produk di BSM kcp Purbalingga

- 1) Tabungan bsm.
- 2) Bsm tabungan mabrur.
- 3) Bsm tabungan investa cendekia.
- 4) Bsm tabungan berencana.
- 5) Bsm tabungan simpatik.
- 6) Tabunganku.
- 7) Bsm deposito.
- 8) Bsm giro.³¹

b. Bsm tabungan investa cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap. Bsm tabungan investa cendekia menggunakan akad *muḍārabah muṭlaqah*.

³⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 172-173.

³¹ Brosur Bsm Produk Dana dan Jasa.

c. Definisi *muḍārabah*

Menurut Sayyid Sabiq, lafadz *muḍārabah* berasal dari akar kata الضرب في الأرض bepergian untuk urusan dagang, sebagaimana dalam firman Allah Swt, surat Al-Muzammil (73) : 20.

إِنَّ رَبَّكَ يَعْلَمُ أَنَّكَ تَقُومُ أَدْنَىٰ مِنْ ثُلُثِي اللَّيْلِ وَنِصْفَهُ، وَثُلُثَهُ، وَطَائِفَةٌ مِّنَ الَّذِينَ مَعَكَ ۗ وَاللَّهُ يُقَدِّرُ اللَّيْلَ وَالنَّهَارَ ۗ عَلِمَ أَنْ لَّنْ نُحِصَّهُ فَتَابَ عَلَيْكُمْ ۗ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنَ الْقُرْآنِ ۗ عَلِمَ أَنْ سَيَكُونُ مِنْكُمْ مَّرْضَىٰ ۖ وَءَاخَرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِن فَضْلِ اللَّهِ ۖ وَءَاخَرُونَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۗ فَاقْرَءُوا مَا تَيَسَّرَ مِنْهُ ۗ وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَأَقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا ۗ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِن خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ خَيْرًا وَأَعْظَمَ أَجْرًا ۗ وَاسْتَغْفِرُوا اللَّهَ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿٢٠﴾

Artinya : “Sesungguhnya Tuhanmu mengetahui bahwasanya kamu berdiri (sembahyang) kurang dari dua pertiga malam, atau seperdua malam atau sepertiganya dan (demikian pula) segolongan dari orang-orang yang bersama kamu. dan Allah menetapkan ukuran malam dan siang. Allah mengetahui bahwa kamu sekali-kali tidak dapat menentukan batas-batas waktu-waktu itu, Maka Dia memberi keringanan kepadamu, karena itu bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran. Dia mengetahui bahwa akan ada di antara kamu orang-orang yang sakit dan orang-orang yang berjalan di muka bumi mencari sebagian karunia Allah; dan orang-orang yang lain lagi berperang di jalan Allah, Maka bacalah apa yang mudah (bagimu) dari Al Quran dan dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berikanlah pinjaman kepada Allah pinjaman yang baik. dan kebaikan apa saja yang kamu perbuat untuk dirimu niscaya kamu memperoleh (balasan)nya di sisi Allah sebagai Balasan yang paling baik dan yang paling besar pahalanya. dan mohonlah ampunan kepada Allah; Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Hal senada juga didefinisikan oleh M. Syafi'i Antonio dengan menambahkan bahwa *dārb* yang berarti “memukul” atau “berjalan” dalam arti proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha. Juga, dia mengistilahkan *muḍārabah* dengan *trust financing* atau *trust investment*.

Abdurrahman al-Jaziri memberi arti *muḍārabah* sebagai ungkapan terhadap pemberian harta dari seseorang kepada orang lain sebagai modal usaha yakni keuntungan yang diperoleh akan dibagi di antara mereka berdua dan jika rugi ditanggung oleh pemilik modal.

Abdullah Saeed mendefinisikan *muḍārabah* sebagai salah satu bentuk kerja sama antara pemilik modal (*ṣahibul māl*) dengan seorang ahli (*muḍārib*) dalam menjalankan usaha. Kontribusi *muḍārib* meliputi kerja, waktu, dan manajemen yang telah disepakati dalam kontrak.

Afzalur Rahman menggambarkan *muḍārabah* sebagai bentuk kerja sama yang didasarkan pada prinsip profit *sharing*, satu memberikan modal dan yang lain menjalankan usaha.³²

d. Jenis-jenis *Muḍārabah*

Dilihat dari segi kuasa yang diberikan kepada pengusaha, *muḍārabah* terbagi menjadi 2 jenis, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Muḍārabah muṭlaqah* (Investasi Tidak Terikat) yaitu pihak pengusaha diberi kuasa penuh untuk menjalankan proyek tanpa larangan/gangguan apapun urusan yang berkaitan dengan proyek itu dan tidak

³² Ahmad Dahlan Rosyidin, *Lembaga Mikro dan Pembiayaan Mudharabah* (Yogyakarta: Global Pustaka Utama, 2004) hlm. 27-28.

terikat dengan waktu, tempat, jenis, perusahaan, dan pelanggan. Investasi tidak terikat ini pada usaha perbankan syariah diaplikasikan pada tabungan dan deposito.

- 2) *Muḍārabah muqayyadah* (Investasi Terikat) yaitu pemilik dana (*ṣahibul mā*) membatasi/memberi syarat kepada *muḍārib* dalam pengelolaan dana seperti misalnya hanya untuk melakukan *muḍārabah* bidang tertentu, cara, waktu, dan tempat tertentu saja. Bank dilarang mencampurkan rekening investasi terikat dengan dana bank atau dana rekening lainnya pada saat investasi. Bank dilarang untuk investasi dananya pada transaksi penjualan cicilan tanpa penjamin atau jaminan. Bank diharuskan melakukan investasi sendiri tidak melalui pihak ketiga. Jadi, dalam investasi terikat ini pada prinsipnya kedudukan bank sebagai agen saja dan atas kegiatannya tersebut bank menerima imbalan berupa *fee*.³³

e. Rukun dan Syarat *Muḍārabah*

Bagi hasil (*muḍārabah*) dilaksanakan dengan didahului dengan sebuah perjanjian, sehingga ia pun harus memenuhi rukun dan syarat-syaratnya. Adapun mengenai rukun sama dengan jenis perjanjian yang lain yaitu harus ada, para pihak, obyek tertentu, *ijab* dan *kabul* melalui pengucapan lafaz. Kemudian mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi, meliputi syarat yang menyangkut subyek perjanjian dan syarat yang menyangkut obyek perjanjian. Bahwa para pihak yang mengadakan

³³ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah* (Jakarta: PT Grasindo, 2005) hlm. 35-36.

perjanjian bagi hasil harus sama-sama sudah dewasa (*baligh*), sehat akalnya, dan wenang melakukan tindakan tersebut. Terhadap obyek yang akan dibagi hasilnya harus benar-benar miliknya secara sah, jelas, tidak sedang dalam proses sengketa.

Menurut Sayyid Sabiq dalam suatu perjanjian bagi hasil (*muḍārabah*), harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Bahwa modal itu berbentuk uang tunai, jika ia berbentuk emas atau perak batangan, atau barang dagangan atau perhiasan, maka tidak sah.
- 2) Bahwa ia diketahui dengan jelas, agar dapat dibedakannya modal yang diperdagangkan dengan keuntungan yang dibagikan untuk kedua belah pihak, sesuai dengan kesepakatan.
- 3) Bahwa keuntungan yang menjadi milik pekerja dan pemilik modal jelas persentasinya.
- 4) Bahwa *muḍārabah* itu bersifat mutlak, pemilik modal tidak mengikat si pelaksana (pekerja) untuk berdagang di negeri tertentu. Namun demikian Imam Abu Hanifah dan Ahmad berpendapat bahwa tidak mensyaratkan syarat-syarat tertentu, mereka mengatakan: “*sesungguhnya sebagaimana muḍārabah menjadi sah dengan mutlak, sah pula dengan muqayyad (terikat)*”

Apabila rukun dan syarat perjanjian bagi hasil telah terpenuhi, maka perjanjian tersebut akan mempunyai kekuatan hukum mengikat dan harus dilaksanakan dengan itikad baik oleh para pihak. Hal ini juga sejalan dengan KUHPerdara yang menyatakan perjanjian yang dibuat

secara sah mengikat sebagai undang-undang bagi pihak-pihak yang mengadakannya.³⁴

f. Landasan Hukum

1) Al-Qur'an

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ.....

Artinya:

“hai orang yang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantaramu.....” (Q.S. An-Nisa’ :29)

2) Al-Hadits

Dari Shahih bin Shuhaib r.a Rasulullah SAW. Bersabdah, *“tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muḍārabah dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual: (HR Ibnu Majah no. 2280, Kitab At Tijarah).*

3) Landasan Hukum Syariah

Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *muḍārabah*.³⁵

³⁴ Aurbdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009), hlm. 104-105.

³⁵ Ichwan Sam, dkk., *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*, Cet ke-2 (Diterbitkan atas kerja sama DSN MUI dan BI, 2003), hlm. 50-52.

B. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran BSM Tabungan Investa Cendekia

Strategi yang diterapkan pada bank syariah mandiri kcp purbalingga adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi ini yang digunakan oleh BSM kcp Purbalingga dalam memasarkan produk-produk yang dimilikinya. Agar berhasil dalam memasarkan produk-produk yang dimilikinya bank syariah mandiri kcp purbalingga selalu berusaha untuk memasuki semua segmen pasar maka pihak bank syariah mandiri kcp purbalingga memiliki peluang untuk mencapai pada tujuannya.

Berikut adalah unsur bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh bank syariah mandiri kcp purbalingga:

a. *Product* (produk)

produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah dan juga sesuai dengan prinsip syariah, karena tujuan utama dari perbankan syariah adalah terhindar dari unsur riba. Produk BSM Tabungan Investa Cendekia akan ditawarkan kepada ibu-ibu rumah tangga, pegawai kantor yang sudah berumah tangga, karena mereka berpeluang untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, kebutuhan akan biaya untuk pendidikan anak-anak mereka dapat direncanakan dengan baik.

b. *Place/distribution*

Pemilihan lokasi yang strategis akan membawa keuntungan tersendiri bagi pihak bank, sehingga Bank Syariah Mandiri kcp

Purbalingga memilih tempat yang letaknya di pusat kota yang dekat dengan pusat jual beli dan tempat peredaran uang, tepatnya di Jl. Jendral Sudirman No. 95 Purbalingga. Lokasi ini memberikan keuntungan tersendiri, misalnya kantor akan mudah dilihat oleh calon nasabah, dan nasabah tidak perlu susah mencari alamat kantor. Aksesnya mudah ditempuh. Bank syariah mandiri kcp purbalingga juga memiliki ruangan yang cukup luas dan memiliki dua lantai, meja *teller*, *customer service*, ruang *back office*, dan ruang tunggu berada di lantai satu, ruangan *branch manager*, ruangan warung mikro, dan *pantry* terletak dilantai dua. Letak antara *teller* dan *customer service* juga berdekatan sehingga mudah dijangkau, dan nasabah tidak perlu mencari-cari dimana posisi *teller* dan *customer service*.

Disamping itu, pihak bank syariah mandiri kcp purbalingga juga menggunakan sistem jemput bola, dalam hal ini jemput bola dilakukan kepada nasabah yang memang tidak sempat datang langsung ke bank untuk menyetorkan uang tabungannya, atau misalnya kepada pihak-pihak sekolah maupun instansi yang memang bekerja sama dengan pihak bank. Dari sistem jemput bola ini bsm memiliki keuntungan tersendiri, yaitu memiliki kedekatan emosional dan keakraban tersendiri dengan nasabah.

c. *Promotion* (promosi),

Dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat, bank syariah mandiri kcp purbalinggamenggunakan beberapa saluran promosi baik secara langsung maupun tidak langsung. Saluran promosi secara

langsung yang digunakan antara lain dengan *personal selling*. Sedangkan promosi secara tidak langsung dilakukan dengan beberapa cara seperti penerbitan brosur, kerjasama dengan instansi.

Media promosi yang digunakan antara lain :

1) Promosi penjualan

Dengan memberikan pelayanan yang prima, pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik, sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya. Promosi penjualan yang dilakukan antara lain adalah memberikan hadiah berupa kalender, payung dan mengadakan undian berhadiah. Penggunaan simbol bank dilakukan dengan harapan nasabah akan selalu mengingat.

2) Periklanan

Promosi yang dilakukan melalui periklanan antara lain melalui media elektronik yaitu radio. Melalui media cetak yaitu dengan penerbitan brosur, spanduk.

3) Hubungan masyarakat

Melakukan promosi ketempat-tempat yang banyak terdapat calon nasabah, seperti mengumpulkan ibu-ibu rumah tangga untuk mengenalkan produk BSM Tabungan Investa Cendekia, dan tetap menjaga hubungan baik dengan nasabah agar para nasabah tetap percaya dan terus menggunakan produk-produk yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

4) Penjualan pribadi/ *personal selling*

Penjualan pribadi disini dilakukan oleh marketing dan seluruh karyawan bank syariah mandiri kcp purbalingga untuk mengajak bergabung calon nasabah baik untuk tabungan atau pembiayaan. Selain sebagai salah satu strategi penjualan yang efektif, penjualan pribadi juga dilakukan untuk melakukan pembinaan ke nasabah untuk jujur dalam mengelola usahanya.

d. *Price* (harga)

Setiap lembaga keuangan selalu mencari keuntungan dari hasil usahanya. Keuntungan bagi hasil yang diperoleh akan dikelola lagi dengan harapan dapat memperoleh keuntungan yang lebih bagi bank syariah mandiri kcp purbalingga.³⁶ harga yang ditetapkan tidak memberatkan nasabah dengan margin dan setoran juga tidak memberatkan nasabah yaitu sesuai dengan kesepakatan diawal.

2. Hambatan-hambatan Pemasaran Produk bsm Tabungan Investa Cendekia

Hambatan-hambatan yang dihadapi bank syariah mandiri kcp purbalingga dalam memasarkan produk bsm tabungan investa cendekia adalah:

- a. Adanya persaingan antar bank, baik yang berprinsip syariah ataupun konvensional.
- b. Ketidak pahaman calon nasabah tentang produk bsm tabungan investa cendekia.

³⁶ Wawancara dengan Mba Ratri Dita, *customer service* Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, 28 April 2015.

- c. Ketidak tahuan nasabah tentang bank syariah, sehingga nasabah sering berfikir bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional pada umumnya.³⁷

Selain dari hambatan yang ada, bank syariah mandiri kcp purbalingga juga memiliki kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Kekuatan:

- a. Letak kantor yang strategis sehingga mudah di jangkau oleh calon nasabah.
- b. Nama Bank Syariah Mandiri sudah dikenal masyarakat luas.
- c. Produk yang ditawarkan berdasarkan prinsip syariah.
- d. Pekerja yang ahli dibidangnya, sehingga mampu memuaskan nasabah yang ingin mengetahui lebih jauh tentang produk yang dimiliki oleh bank syariah mandiri kcp purbalingga.
- e. Penerapan margin bagi hasil yang kompetitif.

Kelemahan:

- a. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah.
- b. Masyarakat masih cenderung memilih bank konvensional daripada bank syariah dalam melakukan transaksinya.

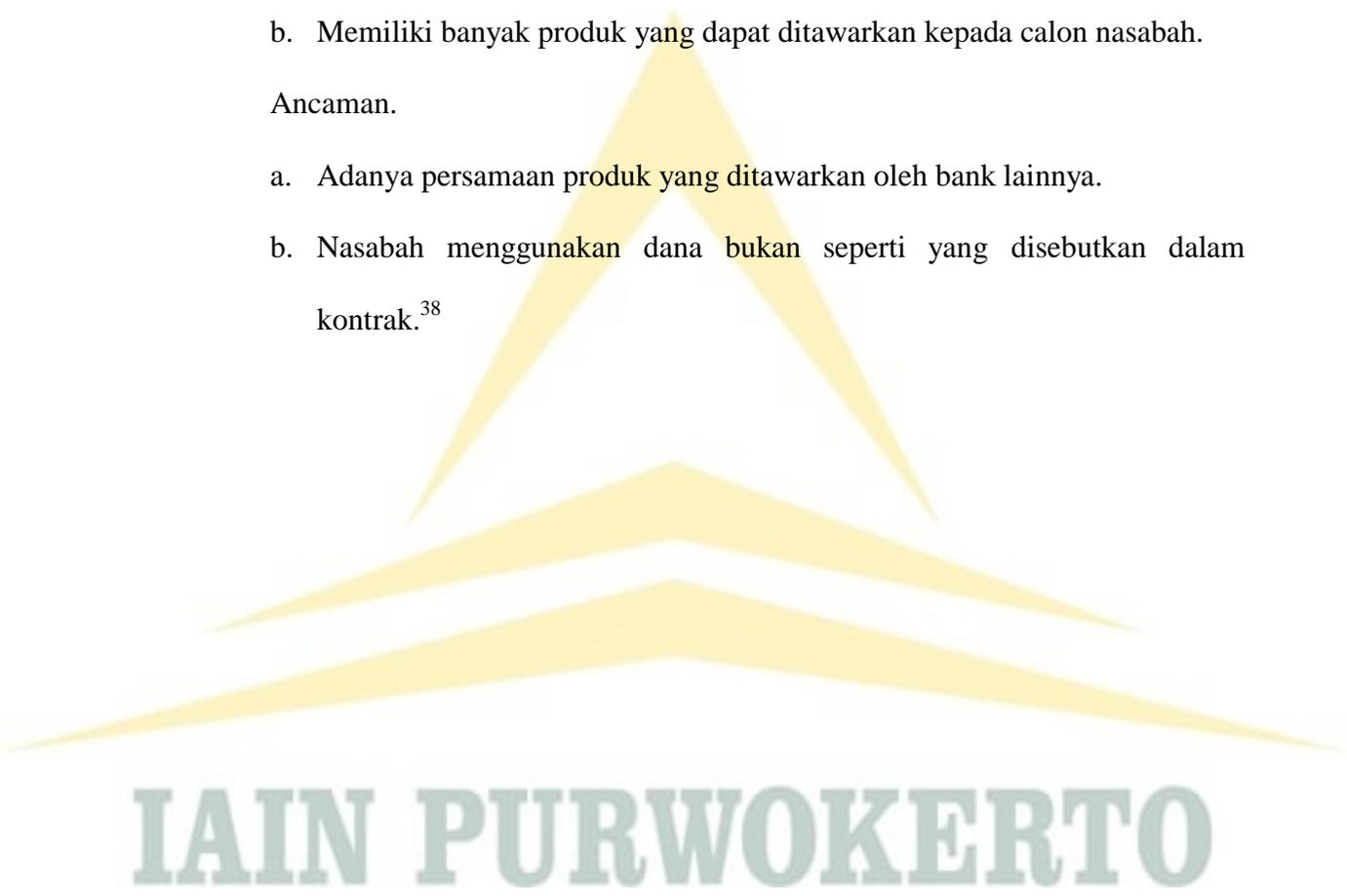
³⁷ Wawancara dengan mba Ana, *Marketing* Bank Syariah Mandiri Kcp Purbalingga, 28 April 2015.

Peluang.

- a. Peluang untuk menawarkan perbankan syariah yang masih sangat terbuka, karena umat islam adalah mayoritas di purbalingga, dan ini memungkinkan mereka lebih memilih jasa perbankan syariah dalam transaksinya.
- b. Memiliki banyak produk yang dapat ditawarkan kepada calon nasabah.

Ancaman.

- a. Adanya persamaan produk yang ditawarkan oleh bank lainnya.
- b. Nasabah menggunakan dana bukan seperti yang disebutkan dalam kontrak.³⁸



IAIN PURWOKERTO

³⁸ Wawancara dengan Mba Ratri Dita, Customer Service Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga, 05 mei 2015.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa BSM Tabungan Investa Cendekia adalah salah satu jenis produk *funding* yang dimiliki oleh Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga. BSM Tabungan Investa Cendekia adalah jenis tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi, dengan menggunakan prinsip syariah *muḍārabah muṭlaqah*. Kelebihan dari produk ini adalah memudahkan nasabah dalam perencanaan keuangan masa depan, khususnya pendidikan putra dan putrinya.

Dalam memasarkan produk bsm tabungan investa cendekia, bank syariah Mandiri KCP Purbalingga menggunakan marketing mix, yaitu:

1. *Product* (produk), produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah dan berdasarkan prinsip syariah.
2. *Place/distribution*, lokasi kantor yang berada di tempat yang strategis yaitu di pusat kota, sehingga memudahkan calon nasabah untuk mengetahui keberadaannya dan ruangan yang cukup luas sehingga nasabah mudah dalam bertransaksi.
3. *Promotion* (promosi), terdiri dari promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.

4. *Price* (harga), menawarkan produk yang harganya dapat dijangkau oleh konsumen.

Marketing mix digunakan dalam strategi pemasaran karena dianggap efisien untuk memasarkan produk bsm tabungan investa cendekia, karena sebelum memasarkan kita dapat mempelajari lingkungan sekitar dan dapat menentukan kepada siapa produk ini akan dipasarkan.

Dari beberapa nasabah yang menggunakan produk bsm tabungan investa cendekia mereka merasa puas, karena tabungan investa cendekia ini memiliki beberapa keuntungan salah satunya adalah keuangan untuk pendidikannya lebih terencana.

B. Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan di atas, penulis dapat mengemukakan saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan pemasaran produk BSM Tabungan Investa cendekia di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga maka diperlukan kerja sama antara pimpinan pemasaran dengan bawahannya.
2. Untuk memaksimalkan waktu dalam pemasaran produk maka pihak Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga setidaknya bisa meyakinkan nasabah dengan cara menginformasikan fasilitas dan keunggulan-keunggulan apa saja yang ada pada produk BSM Tabungan Investa Cendekia di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga.

3. Agar para nasabah bisa yakin terhadap produk BSM Tabungan Investa Cendekia yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Purbalingga maka diperlukan kejujuran, keramahan, dan keterbukaan dengan tidak segan atau malu untuk selalu mengajak nasabah menabung.



DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Abdul Ghofur, 2009, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Dahlan, Ahmad, 2004, *Lebaga Mikro dan Pembiayaan Mudharabah*, Yogyakarta: Global Pustaka Utama.
- Danang, Sunyoto, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS.
- Ichwan Sam, dkk, 2003, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI*, Diterbitkan atas Kerjasama DSN, MUI dan BI.
- Kasmir, 2003, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, terj. Benyamin Molan, Jakarta: Index.
- Lincoln, Arsyad dan Soeratno, 1988, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mas'ud, Mahmud Manchfoez, *Kewirausahaan Suatu Pendekatan Kontemporer*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mervin K, Lewis, dkk, 2004, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Serambi.
- Mohpabundu, Tika, 2006, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Muhammad, 2004, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia.
- _____, 2005, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Nawawi Handari, 1998, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sumarni, Murti, 2002, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Liberty, Edisi Ke Lima.
- Surakhmadi, 1999, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: Aneka.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: CV Andi Ofset.
- Warkum, Sumitro, 1997, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Wiroso, 2005, *Penghimpun Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: Grasindo.