

**ANALISIS STRATEGI PENGHIMPUNAN DANA MELALUI
DEPOSITO MUDHARABAH PADA PT. BRI SYARIAH
CABANG S. PARMAN MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE, Sy)
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh:

AL ANSHORI MANURUNG

NPM: 1301270007



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

AL Anshori Manurung, NPM. 1301270007. Penelitian ini berjudul *“Analisis Strategi Penghimpunan Dana Melalui Deposito Mudharabah Pada PT. BRI Syariah Cabang S.Parman Medan”*. (2017) Pembimbing Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE, MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi dari banyaknya lembaga perbankan yang memiliki produk dan jasa yang hampir sama. Salah satu produk yang dikembangkan dan ditawarkan oleh BRI Syariah Cabang S.Parman Medan adalah deposito mudharabah. Untuk dapat menarik perhatian calon nasabah agar mau bergabung dan menginvestasikan dananya supaya dapat dikelola oleh pihak bank, BRI Syariah cabang S.Parman Medan pastinya perlu mempunyai strategi-strategi agar dapat menarik minat nasabah untuk mempercayakan dananya kepada BRI Syariah Cabang S.Parman Medan, dan mengaplikasikannya dalam keseharian guna mengembangkan dan mempertahankan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penghimpunan dana deposito mudharabah di BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dan apa saja yang menjadi kendala dalam penghimpunan dana deposito mudharabah. Metode dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Subjek penelitian ini adalah karyawan yang khusus menangani penghimpunan dana deposito mudharabah di BRI Syaraiah Cabang S.Parman Medan.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu strategi yang dilakukan BRI Syariah cabang S.Parman Medan dalam penghimpunan dana deposito mudharabah itu sudah berjalan dengan bagus atau baik, hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah yang dari tahun ke tahun yang jumlahnya selalu meningkat. Adapun strategi penghimpunan dana yang dilakukan oleh bank BRI Syariah cabang S. Parman Medan untuk memasarkan produk penghimpunan dana deposito Mudharabah, diantaranya adalah lebih memfokuskan kepada strategi pemasaran, menjaga hubungan baik dengan masyarakat (*Public Relations*), dan promosi. Lalu dalam menghadapi kendala yang ada seperti masyarakat yang masih cenderung ke bank konvensional, bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan mampu mengatasi kendala tersebut.

Kata Kunci: *Strategi, Deposito Mudharabah*

KATA PENGANTAR



Assalam'mualaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat dan Salam penulis tujukkan kepada Nabi Muhammad SAW. Hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Analisis Penghimpunan Dana Melalui Deposito Mudharabah Pada BRI Syariah Cabang S.Parman Medan”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan masukan yang sangat berharga dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda tercinta Bapak Fauzi dan Ibunda tersayang Saidah yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan serta nasehat kepada penulis dalam bentuk apapun dan tidak pernah lupa untuk selalu memberikan semangat dan harapan sehingga penulis termotivasi untuk menggapai segala cita-citanya terutama dalam menjalankan kuliah dengan baik dan dapat memperoleh hasil yang terbaik.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib M.A sebagai Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA sebagai Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA sebagai Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

6. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Hj. Maya Sari, SE, AK, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Dr. Hj. Siti Mujiatun, SE,MM selaku dosen pembimbing penulis, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
9. Bapak Maman Sukiman sebagai pimpinan PT. Bank BRI Syariah kantor cabang S.Parman Medan. Yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Seluruh Staf dan Karyawan di PT. Bank BRI Syariah kantor cabang S.Parman Medan yang telah membantu dan memberikan data dan keterangan yang diperlukan dalam penyajian skripsi.
11. Teruntuk sahabat penulis Firman Syahputra, Fitria Ningsih, Fildzah Rayhana Sadidah, Dinda Sari, Sella Ratih, Mahmudinsyah, dan seluruh teman – teman Perbankan syariah A Stambuk 2013 yang selama ini memberikan dukungan, semangat, bantuan dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi.
12. Seluruh pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sepenuhnya menyadari bahwa masih banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan yang ada dan tentu hasilnya juga masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis agar skripsi ini menjadi sempurna dan bermanfaat bagi semua pihak dikemudian hari khususnya untuk adik-adik kelas dan kepada penulis sendiri.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Medan, 2017

Penulis

AL ANSHORI MANURUNG

NPM: 1301270007

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	5

BAB II: LANDASAN TEORI

A. Deposito Mudharabah	6
1. Pengertian Deposito	6
2. Pengertian Mudharabah.....	8
3. Jenis – Jenis Mudharabah.....	11
4. Sumber hukum Akad Mudharabah	15
5. Rukun dan syarat Akad Mudharabah	15
6. Berakhir Akad Mudharabah	18
7. Pengertian Deposito Mudharabah	18
B. Penghimpunan Dana	21
1. Pengertian Penghimpunan Dana	21
2. Sumber Dana Bank	23
C. Strategi	26
1. Pengertian Strategi	26
2. Strategi Penghimpunan Dana	30

D. Penelitian terdahulu	38
E. Kerangka pemikiran	41

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	43
B. Tempat dan Waktu Penelitian	43
1. Tempat Penelitian.....	43
2. Waktu Penelitian	44
C. Defenisi Operasional	44
D. Sumber Data Penelitian	45
E. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Teknik Analisis Data	46

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	50
1. Deskripsi Data	50
2. Mekanisme Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah	50
B. Pembahasan	54
1. Analisis Strategi Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah.....	54
2. Kedala Yang Dihadapi Dalam Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah.....	57

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel III.1 Pelaksanaan Waktu Penelitian	44
Tabel IV.1 Jumlah Dana Deposito Mudharabah	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar. II.1 Skema Mudharabah	11
Gambar. II.2 Skema Mudharabah Muthlaqah	12
Gambar. II.3 Skema Mudharabah Muqayyadah	14
Gambar. II.4 Kerangka Pemikiran	41
Gambar. IV.1 Skema Mudharabah Muthlaqah Pada BRI Syariah	51
Gambar. IV.2 Skema Pembukaan Deposito	51

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong stagnan. Namun, sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para banker melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para banker berpikir bahwa BMI, satu – satunya bank syariah di Indonesia, tahan terhadap krisis moneter.¹

Perbankan syariah yang dalam pelaksanaannya menitik beratkan pada sektor riil, terbukti ampuh dalam menghadapi krisis. Meskipun mengalami dampak krisis, akan tetapi bank syariah terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan bank syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya bermuculan lembaga keuangan syariah. Sampai April 2016 terdapat 12 bank umum syariah (BUS), 22 unit usaha syariah (UUS), dan 165 bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Yang beroperasi di Indonesia hingga tahun 2016. (data diolah dari OJK).²

Salah satu bank di Indonesia yang menjalankan prinsip syariah adalah Bank BRI Syariah. Bank BRI Syariah berdiri pada tanggal 17 November 2008 yang salah satu cabangnya berada di Kota Medan. Adanya bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan diharapkan memberikan kemudahan dan kenyamanan masyarakat dalam menitipkan harta atau barangnya kepada bank, dan bank mengelola dana dari masyarakat dengan cara disalurkan melalui pembiayaan usaha produktif yang sesuai dengan prinsip syariah dan menghasilkan bagi hasil yang kompetitif bagi nasabah.³

Secara umum, bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu menghimpun dana masyarakat dalam bentuk titipan investasi, menyalurkan dana kepada

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: kencana prenadamedia group.2011) H. 31

² Statistik Perbankan syariah April 2016. <http://www.ojk.go.id> diakses pada 01 Januari 2017

³ BRI Syariah. Sejarah BRI Syariah. <http://www.brisyariah.co.id/?q=sejarah> Diakses Pada Tanggal 28 Februari 2017.

masyarakat yang membutuhkan dana dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah. Sedangkan dana pihak ketiga (DPK) adalah dana – dana yang berasal dari masyarakat, baik perorangan maupun badan usaha, yang diperoleh bank dengan menggunakan produk simpanan yang dimiliki oleh bank.⁴

Salah satu produk simpanan di bank syariah adalah deposito. Deposito adalah simpanan dana berdasarkan akad Mudharabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu sesuai akad kesepakatan.⁵

Produk perbankan sebenarnya hampir semuanya sama baik secara *funding* (penghimpunan) maupun sisi *lending* (pembiayaan). Oleh karena itu bank – bank syariah harus lebih inovatif terhadap produk – produk yang mereka tawarkan kepada nasabah jika ingin tetap bertahan di tengah persaingan. Untuk mengambil suatu kebijakan strategis bank syariah perlu menganalisis lingkungan baik yang berasal dari dalam maupun dari luar perusahaan. Hal tersebut dilakukan untuk menentukan peluang bank syariah itu sendiri. Dari hasil analisis tersebut perusahaan dapat mendiagnosis lingkungan dan mengambil suatu kebijakan strategis yang berdasarkan keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh bank syariah.⁶

informasi mengenai sikap dan karakteristik masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan sosialisasi dan penetapan strategi bagi bank-bank syariah yang akan beroperasi pada suatu wilayah. Pemahaman dan sosialisasi tentang produk dan sistem perbankan syariah di Indonesia masih sangat terbatas. Upaya pengembangan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan.⁷

Kurangnya masyarakat dalam memahami perbankan syariah membuat masyarakat belum bisa memahaminya berdasarkan prinsip – prinsip syariah dengan menganggap bahwa bank syariah dalam pengoperasiannya sama seperti bank

⁴ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset: Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2002) h.155

⁵ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta : Kencana, 2009) h. 77

⁶ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset: Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2002) h.

⁷ Ibid H. 156

konvensional dengan memakai bunga atau riba. Sehingga bank syariah kurang diminati oleh masyarakat umum. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penghimpunan dana kepada masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah.⁸

Sebagai lembaga keuangan, masalah bank syariah yang paling utama adalah dana. Tanpa dana yang cukup, bank syariah tidak dapat berbuat apa – apa atau dengan kata lain bank menjadi tidak berfungsi sama sekali. Oleh karena itu diperlukannya strategi yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat atau pihak ketiga.⁹

Dalam penghimpunan dana, bank syariah melakukan mobilisasi dana investasi dengan cara yang adil dijamin bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana merupakan hal penting karena islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi islam.¹⁰

Berdasarkan pada fenomena diatas, maka diperlukan suatu kajian yang mendalam untuk mengetahui seberapa besar strategi yang dilakukan bank syariah dalam menghimpun dana khususnya pada produk deposito mudharabah. Merasa tertarik dengan permasalahan diatas, maka penulis mencoba untuk menelitinya dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Penghimpunan Dana Melalui Deposito Mudharabah Pada PT. Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengemukakan indentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya bank syariah menggunakan produk yang sama.
2. Sedikitnya pengetahuan masyarakat tentang produk deposito mudharabah di BRI Syariah.
3. Minat calon nasabah yang masih kurang terhadap bank syariah.
4. Bank syariah tidak akan berjalan dengan baik jika tidak mempunyai dana yang cukup.

⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta : Kencana, 2004) h. 59

⁹ Adiwirman A. Karim, *BANK ISLAM Analisis Fiqih dan keuangan*. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004) h. 230

¹⁰ Ibid. h. 232

C. Batasan Masalah

Agar tidak terlalu meluas dan terjadi penyimpangan maka peneliti memberikan batasan masalah hanya pada Strategi Penghimpunan dana deposito mudharabah pada Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dalam menghimpun dana deposito mudharabah ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dalam menghimpun dana deposito mudharabah ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi penghimpunan dana deposito mudharabah yang dilakukan oleh BRI Syariah Cabang S. Parman Medan.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi oleh BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dalam menghimpun dana deposito mudharabah.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Sebagai suatu bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis seputar tentang strategi penghimpunan dana deposito mudharabah pada Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan.

2. Bagi instansi/lembaga

Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan informasi bagi pihak bank dalam upaya pengembangan produk yang lebih baik, sehingga dapat memperkenalkan eksistensi BRI Syariah cabang S. Parman Medan di masyarakat luas serta dapat digunakan sebagai masukan dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas bank syariah.

3. Bagi peneliti lain

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan bagi penelitian selanjutnya, agar lebih memahami produk bank syariah khususnya deposito mudharabah supaya dapat menjadi bekal untuk mendalami penelitian selanjutnya.

4. Bagi Masyarakat.

Sebagai wahana informasi bagi masyarakat tentang produk mudharabah khususnya deposito. Serta dapat merubah paradigma masyarakat yang beranggapan bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deposito Mudharabah

1. Pengertian Deposito

Deposito (*Time Deposit*) merupakan salah satu tempat bagi nasabah untuk melakukan investasi dalam bentuk surat – surat berharga. Pemilik deposito disebut deposan. Kepada setiap deposan akan diberikan imbalan bunga atas depositonya. Bagi bank, bunga yang diberikan kepada para deposan merupakan bunga yang tertinggi, jika dibandingkan dengan simpanan giro atau tabungan, sehingga deposito oleh sebagian bank dianggap sebagai dana mahal.¹¹

Menurut Undang – Undang nomor 10 tahun 1998, tentang perubahan Undang – Undang nomor 07 tahun 1992 tentang perbankan, disebutkan bahwa “deposito adalah

¹¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*. (Jakarta : Rajawali pers, 2010), h. 63

simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.¹²

Penarikan hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu maksudnya adalah jika nasabah deposan menyimpan uangnya untuk jangka waktu 3 bulan, maka uang tersebut baru dapat dicairkan setelah jangka waktu tersebut berakhir dan sering disebut tanggal jatuh tempo. Jatuh tempo ialah masa berakhirnya simpanan deposito. Artinya jika nasabah menyimpan uangnya dalam deposito berjangka untuk jangka waktu tiga bulan, uang tersebut baru dapat dicairkan setelah jangka waktu tersebut berakhir, yaitu setelah tiga bulan. Sebagai contoh jika seorang deposan mendepositokan uang tanggal 07 Mei 2002 untuk 3 bulan mendatang, maka jatuh temponya adalah setelah 3 bulan yaitu tanggal 07 Agustus 2002 dan apabila dicairkan sebelum tanggal tersebut, maka si deposan akan dikenakan denda (penalty rate) yang besarnya tergantung dari bank yang bersangkutan.¹³

Keuntungan bagi bank dengan menghimpun dana lewat deposito adalah uang yang tersimpan relatif lama, mengingat deposito memiliki jangka waktu yang relatif panjang dan frekuensi penarikannya juga jarang. Dengan demikian, bank dapat dengan leluasa untuk menggunakan kembali dana tersebut untuk keperluan penyaluran kredit. Dalam praktiknya deposito yang ditawarkan terdiri dari beragam jenis, baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing. Masing – masing deposito memiliki kelebihanannya sendiri. Sehingga deposan dapat memilih sesuai dengan selera mereka. Saat ini jenis deposito yang ditawarkan oleh bank dan ada di masyarakat adalah deposito berjangka, sertifikat deposito, dan *deposit on call*.¹⁴

a. Deposito Berjangka

Deposito berjangka (DB) merupakan deposito yang diterbitkan dengan jenis jangka waktu tertentu. Jangka waktu deposito berjangka biasanya bervariasi mulai dari 1,3,6 sampai 12 bulan. Deposito berjangka diterbitkan atas nama baik perorangan maupun lembaga. Artinya didalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga si pemilik deposito

¹² Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang – Undang Nomor 07 Tahun 1992 Tentang Perbankan Pasal 1 Ayat 7.

¹³ Kasmir, *Dasar – Dasar Perbankan* (Jakarta : rajawali pers, 2011), h. 93

¹⁴ Karim Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* Ed. 4. Cet. 7 (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010) h. 240

berjangka. Penarikan bunga deposito berjangka dapat dilakukan setiap bulan atau setelah jatuh tempo sesuai jangka waktunya. Penarikan dapat dilakukan secara tunai ataupun pemindahbukuan dan setiap bunga deposito dikenakan pajak dari jumlah bunga yang diterimanya.

Sistem deposito berjangka dibedakan atas:

- 1). Deposito Automatic Roll Over yaitu deposito berjangka yang otomatis diperpanjang oleh bank jika deposito tersebut telah jatuh tempo tetapi belum dicairkan oleh pemiliknya. Perpanjangannya sama dengan tingkat suku bunga yang berlaku pada saat atau bersifat floating rate. Sistem ini sangat menguntungkan deposan karena selama belum dicairkan, deposan selalu mendapat bunga deposito.
- 2). Deposito Non Automatic Roll Over, deposito berjangka yang tidak diperpanjang oleh bank jika deposito tersebut telah jatuh tempo tetapi belum dicairkan oleh pemiliknya, walaupun deposito tetapi berada di bank deposan tidak mendapat bunga.

b. Sertifikat Deposito

Sama seperti halnya deposito berjangka, merupakan deposito yang diterbitkan dengan jangka waktu 3,6,dan 12 bulan. Hanya perbedaannya sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk dalam bentuk setifikat serta dapat diperjualbelikan atau dipindahtangankan kepada pihak lain. Perbedaannya lain adalah pencairan deposito dapat dilakukan dimuka, baik tunai maupun nontunai, disamping setiap bulan atau jatuh tempo.

c. Deposit On Call

Deposit On Call (DOC) merupakan deposito digunakan untuk deposan yang memiliki uang dalam jumlah besar, misalnya Rp. 50.000.000,- (tergantung bank yang bersangkutan) dalam sementara waktu belum digunakan. Penerbitan deposito on call memiliki jangka waktu minimal 7 hari dan paling lama kurang dari 1 bulan. Pencairan bunga dilakukan pada saat pencairan deposit on call dicairkan deposan terlebih dahulu 3 hari sebelumnya sudah memberitahukan bank penerbit bahwa yang bersangkutan akan mencairkan DOC nya. Besarnya bunga DOC

biasanya dihitung perbulan dan untuk menentukan jumlah bunga yang diberlakukan terlebih dahulu dilakukan negosiasi antara nasabah dengan pihak bank.¹⁵

2. Pengertian Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata *adh-dharby fi ardhi* yaitu bepergian untuk urusan dagang. Disebut juga *qiradh* yang berasal dari kata *al qadhru* yang berarti potongan, karena pemilik memotong sebagian hartanya untuk diperdagangkan dan memperoleh sebagian keuntungan.¹⁶

Al-mudharabah adalah akad perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk melakukan kerja sama usaha. Satu pihak akan menempatkan modal sebesar 100% yang disebut dengan *shahibul maal*, dan pihak lainnya sebagai pengelola usaha, disebut dengan *mudharib*. Bagi hasil dari usaha yang dikerjasamakan dihitung sesuai dengan nisbah yang disepakati antara pihak – pihak yang bekerjasama.¹⁷

Secara muamalah, pemilik modal (*shahibul maal*) menyerahkan modalnya kepada pedagang/pengusaha (*mudharib*) untuk digunakan dalam aktivitas perdagangan atau usaha. Keuntungan atas usaha perdagangan yang dilakukan oleh *mudharib* itu akan dibagikan dengan *shahibul maal*. Pembagian hasil usaha ini berdasarkan kesepakatan yang telah dituangkan dalam akad.¹⁸ *Mudharib* adalah entrepreneur, yang melakukan usaha untuk mendapatkan keuntungan atau hasil atas usaha yang dilakukan. *Shahibul maal* sebagai pemilik modal atau investor, perlu mendapat imbalan atas dana yang diinvestasikan.¹⁹

Apabila mengalami kerugian akan ditanggung oleh pemilik dana sepanjang kerugian itu tidak diakibatkan oleh pengelola dana, apabila kerugian yang terjadi diakibatkan oleh kelalaian pengelola dana maka kerugian ini akan ditanggung oleh pengelola dana. PSAK 105 par 18 memberikan beberapa bentuk contoh kelalaian pengelola dana, yaitu: persyaratan yang ditentukan dalam akad tidak terpenuhi, tidak

¹⁵ Karim Adiwarmar, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* Ed. 4. Cet. 7 (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010) h. 240

¹⁶ Sri nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia* edisi 3. (Jakarta: salemba empat, 2014) h. 128

¹⁷ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: kencana prenadamedia group.2011) h. 83

¹⁸ *Ibid* 84

¹⁹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: kencana prenadamedia group.2011) h. 84

terdapat kondisi diluar kemampuan (*force majeure*) yang lazim dan atau yang telah ditentukan dalam akad, atau merupakan hasil keputusan dari institusi yang berwenang.²⁰

Dalam mudharabah, pemilik dana tidak boleh mensyaratkan sejumlah tertentu untuk bagiannya karena dapat dipersamakan dengan riba yaitu meminta kelebihan atau imbalan tanpa ada faktor penyeimbang (*iwad*) yang diperbolehkan syariah. Misalnya, ia memberi modal sebesar Rp.100 juta dan ia menyatakan setiap bulan mendapat Rp. 5 juta. Dalam mudharabah, pembagian keuntungan harus dalam bentuk persentase/nisbah, misalnya 70:30, 70% untuk pengelola dana dan 30% untuk pemilik dana. Sehingga besarnya keuntungan yang diterima tergantung pada laba yang dihasilkan.²¹

Hikmah dari sistem mudharabah adalah dapat memberi keringanan kepada manusia. Terkadang ada sebagian orang yang memiliki harta tetapi tidak mampu untuk membuatnya menjadi produktif.terkadang pula, ada orang yang tidak memiliki harta tetapi ia mempunyai kemampuan untuk memproduktifkannya. Sehingga dengan akad mudharabah kedua belah pihak dapat mengambil manfaat dari kerjasama yang terbentuk. Pemilik dana mendapatkan manfaat dengan pengalaman pengelola dana, sedangkan pengelola dana dapat memperoleh manfaat dengan harta sebagai modal. Dengan demikian, dapat tercipta kerjasama antara modal dan kerja, sehingga dapat tercipta kemaslahatan dan kesejahteraan umat.²²

Agar tidak terjadi perselisihan dikemudian hari maka akad/ kontrak/ perjanjian sebaiknya dituangkan secara tertulis dan dihadiri para saksi. Dalam perjanjian harus mencakup berbagai aspek antara lain tujuan mudharabah, nisbah pembagian keuntungan, periode pembagian keuntungan, biaya – biaya yang boleh dikurangkan dari pendapatan, ketentuan pengembalian modal, hal – hal yang dianggap sebagai kelalaian pengelola dana dan sebagainya. Sehingga apabila terjadi hal yang tidak diinginkan atau terjadi persengketaan, kedua belah pihak dapat merujuk pada kontrak yang telah disepakati bersama. Apabila terjadi perselisihan di antara kedua belah

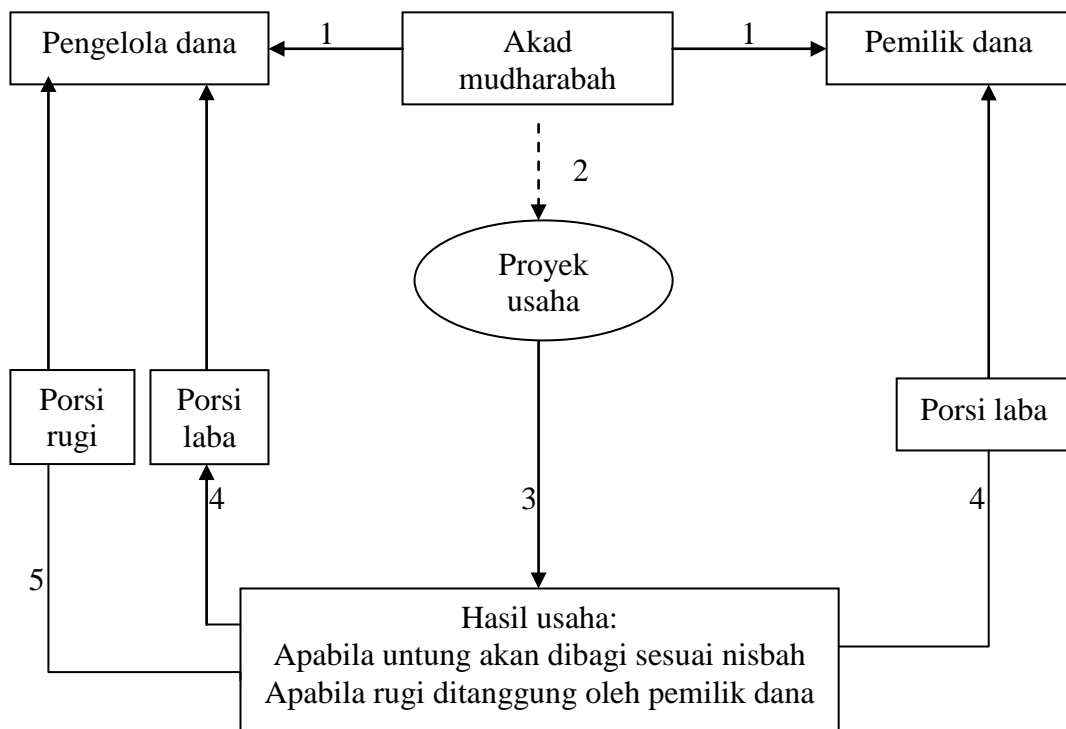
²⁰ Sri nurhayati dan Wasilah. *Akuntansi Syariah Di Indonesia* edisi 3. (Jakarta: salemba empat, 2014) h. 128

²¹ Sri nurhayati dan Wasilah. *Akuntansi Syariah Di Indonesia* edisi 3. (Jakarta: salemba empat, 2014) h. 129

²² Ibid 129

pihak maka dapat diselesaikan secara musyawarah oleh mereka berdua atau melalui badan arbitrase syariah.²³

Gambar II.1
Skema Mudharabah



Keterangan:

1. Pemilik dana dan pengelola dana menyepakati akad mudharabah.
2. Proyek usaha sesuai akad mudharabah dikelola pengelola dana.
3. Proyek usaha menghasilkan laba rugi.
4. Jika untung, dibagi sesuai nisbah.

²³ *Ibid* 130

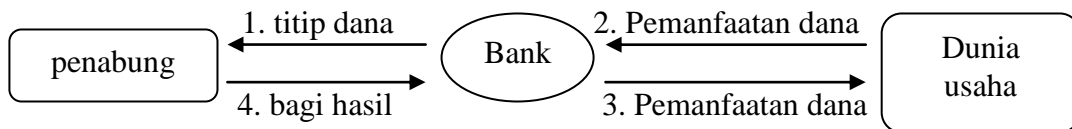
5. Jika rugi, ditanggung pemilik dana.

3. Jenis – Jenis Mudharabah

a. Mudharabah Muthlaqah

Mudharabah muthlaqah merupakan akad perjanjian antara dua pihak yaitu shahibul maal menyerahkan sepenuhnya atas dana yang diinvestasikan kepada mudharib untuk mengelola usahanya sesuai prinsip syariah. Shahibul maal tidak memberikan batasan jenis usaha, waktu yang diperlukan, strategi pemasarannya, serta wilayah bisnis yang dilakukan. Shahibul maal memberikan kewenangan yang sangat besar kepada mudharib untuk menjalankan aktivitas usahanya, asalkan sesuai dengan prinsip syariah.²⁴

Gambar II. 2
Skema Mudharabah Muthlaqah



Keterangan :

1. Pihak penabung menyerahkan dananya kepada pihak bank.
2. Bank kemudian menyerahkan dananya kepada dunia usaha untuk kemudian diinvestasikan dalam kegiatan usaha.
3. Pihak dunia usaha kemudian menyerahkan bagi hasil usaha kepada pihak bank.
4. Bank kemudian memberi bagi hasil kepada nasabah penabung.

Mudharabah muthlaqah adalah akad mudharabah dimana shahibul maal memberikan kebebasan kepada pengelola dana (mudharib) dalam pengelolaan investasinya (PAPSI,2003). Mudharabah muthlaqah dapat disebut dengan investasi

²⁴ Ismail, *Perbankan syariah* (Jakarta: kencana prenadamedia group.2011) h. 86

dari pemilik dana kepada bank syariah, dan bukan merupakan kewajiban atau ekuitas bank syariah.²⁵

Bank syariah tidak mempunyai kewajiban untuk mengembalikannya apabila terjadi kerugian atas pengelolaan dana yang bukan disebabkan kelalaian atau kesalahan bank sebagai mudharib. Namun sebaliknya, dalam hal bank syariah (mudharib) melakukan kesalahan atau kelalaian dalam pengelola dana investor (shahibul maal), maka bank syariah wajib mengganti semua dana investasi mudharabah mutlaqah. Jenis investasi mudharabah mutlaqah dalam aplikasi perbankan syariah dapat ditawarkan dalam produk tabungan dan deposito.²⁶

b. Mudharabah Muqayyadah

Mudharabah muqayyadah merupakan akad kerjasama usaha antara dua pihak yang mana pihak pertama sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan pihak kedua sebagai pengelola dana (mudharib). Shahibul maal menginvestasikan dananya kepada mudharib, dan memberi batasan atas penggunaan dana yang diinvestasikannya. Batasannya antara lain tentang:²⁷

- a. Tempat dan cara investasi.
- b. Jenis investasi.
- c. Objek investasi
- d. Jangka waktu.

Apabila pengelola dana bertindak bertentangan dengan syarat – syarat yang diberikan oleh pemilik dana, maka pengelola dana harus bertanggung jawab atas konsekuensi – konsekuensi yang ditimbulkannya, termasuk konsekuensi keuangan.

1). Mudharabah Muqayyadah on Balance Sheet

Mudharabah muqayyadah on balance sheet merupakan akad mudharabah muqayyadah yang mana mudharib ikut menanggung resiko atas kerugian dana yang diinvestasikan oleh shahibul maal. Dalam akad ini, shahibul maal memberikan batasan secara umum, misalnya batasan tentang jenis usaha, jangka waktu pembiayaannya, dan sektor usahanya.²⁸

2). Mudharabah muqayyadah off Balance sheet

²⁵ *Ibid* h. 87

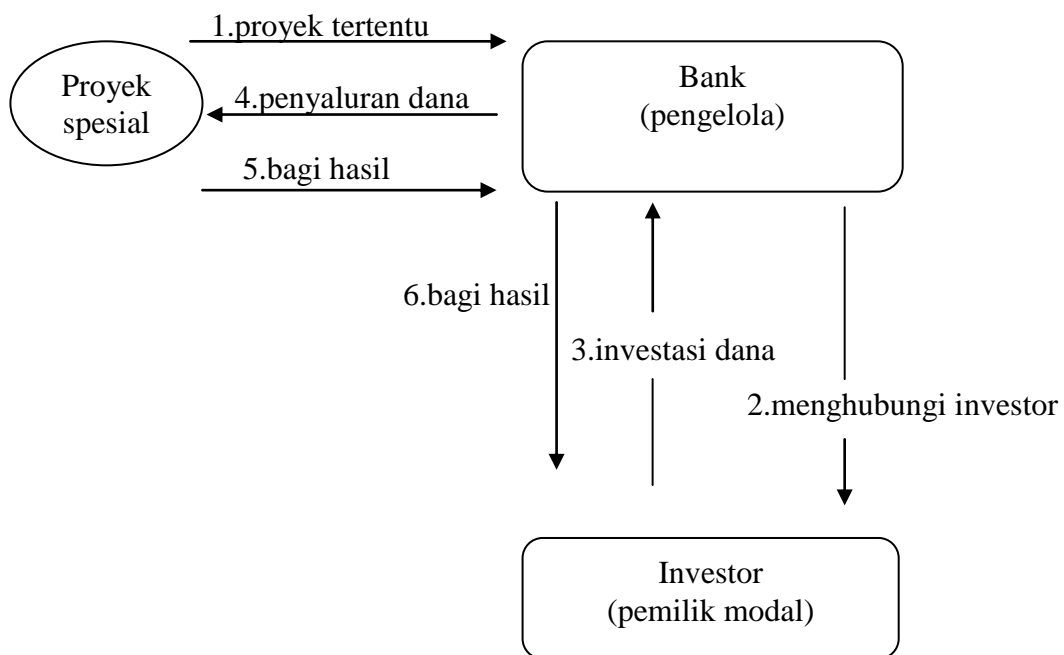
²⁶ *Ibid* h. 87

²⁷ Ismail, *Perbankan syariah* (Jakarta: kencana prenadamedia group.2011) h. 87

²⁸ *Ibid* h. 87

Mudharabah muqayyadah off balance sheet merupakan akad mudharabah muqayyadah yang mana pihak shahibul maal memberikan batasan yang jelas, baik batasan tentang proyek yang diperbolehkan, jangka waktu, serta pihak pelaksana pekerjaan. Mudharibnya telah ditetapkan oleh shahibul maal. Bank syariah bertindak sebagai pihak yang mempertemukan antara shahibul maal dan mudharib. Bagi hasil yang akan dibagi antara shahibul maal dan mudharib berasal dari proyek khusus. Bank syariah bertindak sebagai agen yang mempertemukan kedua belah pihak, dan akan memperoleh *fee*.²⁹

Gambar II. 3
Skema mudharabah muqayyadah



Keterangan:

1. Sebuah proyek tertentu bekerjasama dengan pihak bank untuk mengelola proyeknya
2. Bank menghubungi investor berkaitan dengan proyek tersebut

²⁹ Ismail, *Perbankan syariah* (Jakarta: kencana prenadamedia group.2011) h. 87

3. Investor menyerahkan modalnya kepada bank untuk dimanfaatkan dan dikelola
4. Bank menyalurkan dana dari investor kepada proyek
5. Proyek memberikan bagi hasil kepada bank
6. Bank kemudian menyerahkan bagi hasil kepada investor.

4. Sumber Hukum Akad Mudharabah

Menurut ijma ulama, mudharabah hukumnya jaiz (boleh). Adapun landasan dasar syariah mudharabah lebih mencerminkan anjuran untuk melakukan usaha. Hal ini tampak dalam ayat – ayat dan hadist berikut ini:

a. Al-Qur'an

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: *Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah SWT dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung” (QS. Al-Jumu'ah:10).*

b. Al Hadist

- a) Dari shalih bin Suaib r.a bahwa Rasulullah SAW bersabda, “*tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampuradukkan gandum dengan jejawut untuk keperluan rumah tangga bukan untuk dijual.*”(HR. Ibnu majah)³⁰
- b) *Diriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa Sayyidina Abbas bin Abdul Muthalib jika menyerahkan harta sebagai mudharabah, ia mensyaratkan kepada pengelola dananya agar tidak mengarungi lautan dan tidak menuruni lembah, serta tidak membeli hewan ternak. Jika persyaratan itu dilanggar, ia (pengelola dana) harus menanggung resikonya. Ketika persyaratan yang ditetapkan Abbas didengar Rasulullah SAW, beliau membenarkannya.*”(HR. Thabrani dari Ibnu Abbas)³¹

5. Rukun dan Syarat akad Mudharabah

³⁰ Sri nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia* edisi 3 (Jakarta: salemba empat, 2014) h. 132

³¹ *Ibid* 132

Rukun mudharabah ada empat yaitu:

1. Pelaku, terdiri atas: pemilik dana dan pengelola dana
2. Objek mudharabah, berupa: modal dan kerja
3. Ijab Kabul /serah terima
4. Nisbah keuntungan³²

Sedangkan yang menjadi syarat – adalah sebagai berikut:

1. Pelaku.
 - a. Pelaku harus cakap hukum dan baligh
 - b. Pelaku akad mudharabah dapat dilakukan sesama muslim atau dengan non muslim
 - c. Pemilik dana tidak boleh ikut campur dalam pengelolaan usaha tetapi ia boleh mengawasi.
2. Objek Mudharabah (modal dan Kerja)

Objek Mudharabah merupakan konsekuensi logis dengan dilakukannya mudharabah.

 - a. Modal
 - 1) Modal yang diserahkan dapat berbentuk uang atau asset lainnya. (dinilai sebesar nilai wajar), harus jelas jumlah dan jenisnya.
 - 2) Modal harus tunai dan tidak utang. Tanpa adanya setoran modal, berarti pemilik dana tidak memberikan kontribusi apapun padahal pengelola dana harus bekerja.
 - 3) Modal harus diketahui dengan jelas jumlahnya sehingga dapat dibedakan dari keuntungan.
 - 4) Pengelola dana tidak diperkenankan untuk memudharabahkan kembali modal mudharabah, dan apabila terjadi maka dianggap terjadi pelanggaran kecuali atas seizin pemilik dana.
 - 5) Pengelola dana tidak diperbolehkan untuk meminjam modal kepada orang lain dan apabila terjadi maka dianggap terjadi pelanggaran kecuali atas seizin pemilik dana.

³² Sri nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia* edisi 3 (Jakarta: salemba empat, 2014) h. 133

6) Pengelola dana memiliki kebebasan untuk mengatur modal menurut kebijaksanaan dan pemikirannya sendiri, selama tidak dilarang secara syariah.³³

b. Kerja

- 1) Kontribusi pengelola dana dapat berbentuk keahlian, keterampilan, selling skill, management skill, dan lain – lain.
- 2) Kerja adalah hak pengelola dana dan tidak boleh diintervensi oleh pemilik dana.
- 3) Pengelola dana harus menjalankan usaha sesuai dengan syariah.
- 4) Pengelola dana harus mematuhi semua ketentuan yang ada dalam kontrak.
- 5) Dalam hal pemilik dana tidak melakukan kewajiban atau melakukan pelanggaran terhadap kesepakatan, pengelola dana sudah menerima modal dan sudah bekerja maka pengelola dana berhak mendapatkan imbalan/ganti rugi/upah.

c. Ijab Kabul

Adalah pernyataan dan ekspresi saling ridha/rela di antara pihak – pihak pelaku akad yang dilakukan secara verbal, tertulis, melalui korespondensi atau menggunakan cara – cara komunikasi modern.

d. Nisbah keuntungan

- 1) Nisbah adalah besaran yang digunakan untuk pembagian keuntungan, mencerminkan imbalan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang bermudharabah atas keuntungan yang diperoleh. Pengelola dana mendapat imbalan atas kerjanya, sedangkan pemilik dana mendapatkan imbalan atas penyertaan modalnya. Nisbah keuntungan harus diketahui dengan jelas oleh kedua belah pihak, inilah yang akan mencegah terjadinya perselisihan antara kedua belah pihak mengenai cara pembagian keuntungan.
- 2) Perubahan nisbah harus berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak.

³³ Sri nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia* edisi 3 (Jakarta: salemba empat, 2014) h. 133

- 3) Pemilik dana tidak boleh meminta pembagian keuntungan dengan menyatakan nilai nominal tertentu karena dapat menimbulkan riba.³⁴

6. Berakhirnya Akad Mudharabah

Lamanya kerjasama dalam mudharabah tidak tentu tidak terbatas, tetapi semua pihak berhak untuk menentukan jangka waktu kontrak kerjasama dengan memberitahukan pihak lainnya. Namun, akad mudharabah dapat berakhir karena hal – hal sebagai berikut (sabbiq, 2008):

- a. Dalam hal mudharabah tersebut dibatasi waktunya, maka mudharabah berakhir pada waktu yang telah ditentukan.
- b. Salah satu pihak memutuskan mengundurkan diri.
- c. Salah satu pihak meninggal dunia atau hilang akal.
- d. Pengelola dana tidak menjalankan amanahnya sebagai pengelola usaha untuk mencapai tujuan sebagaimana dituangkan dalam akad. Sebagai pihak yang mengemban amanah ia harus beritikad baik dan hati – hati.
- e. Modal sudah tidak ada.³⁵

7. Pengertian Deposito Mudharabah

Deposito mudharabah adalah dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai dengan akad perjanjian yang dilakukan bank syariah dan nasabah.

Menurut UU Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, deposito syariah adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan /Unit Usaha Syariah (UUS).

³⁴ Sri nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah Di Indonesia* edisi 3 (Jakarta: salemba empat, 2014) h. 133

³⁵ *Ibid* 133

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Deposito menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan dalam syariah adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah. Dalam transaksi deposito mudharabah, nasabah bertindak sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan bank bertindak sebagai pengelola dana (mudharib). Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya termasuk bermudharabah dengan pihak lain.³⁶

Dengan demikian, bank syariah dalam kapasitasnya sebagai mudharib memiliki sifat sebagai seorang wali amanah (Trustee), yakni harus berhati – hati atau bijaksana serta beriktikad baik dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya. Disamping itu, bank syariah juga bertindak sebagai kuasa dari usaha bisnis pemilik dana yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan seoptimal mungkin tanpa melanggar berbagai aturan syariah.³⁷

Modal yang didepositokan harus dinyatakan dalam bentuk tunai dan bukan piutang. Adapun pembagian piutang harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam pembukaan rekening. Sebagai mudharib, bank menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya dan bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.³⁸

Mekanisme penghimpunan dana oleh Bank BRI Syariah melalui produk deposito adalah didasarkan pada akad mudharabah muthlaqah, yaitu akad dimana mudharabah yang memberikan kebebasan kepada mudharib (bank) untuk memproduktifkan dana yang ada yang meliputi jenis usaha dan ruang lingkupnya.

Adapun persyaratan pembukaan rekening deposito mudharabah adalah sebagai berikut:

1. Mengisi formulir aplikasi pembukaan rekening deposito.
2. Menunjukkan identitas diri asli (KTP/SIM/PASPOR) untuk pribadi.

³⁶ Rizal ya dkk., *Akuntansi Perbankan Syariah :Teori Dan Praktik Kontemporer*.Edisi 2. (Jakarta:salemba empat, 2014) h. 98

³⁷ *Ibid* 98

³⁸ *Ibid* 98

3. Atau menyerahkan fotokopi bukti identitas/legalitas badan usaha/hukum (bukti legalitas) untuk perusahaan.
4. Melakukan setoran awal sebesar Rp. 2.500.000,00 untuk nasabah perorangan dan perusahaan.
5. Memiliki produk tabungan Faedah BRISyariah iB / Giro BRISyariah iB.

Keunggulan investasi deposito ini adalah:

1. Automatic Roll Over dengan kapitalisasi.
2. Automatic Roll Over tanpa kapitalisasi.
3. Break deposito (dikenakan biaya break).
4. Bagi hasil yang kompetitif.
5. Dapat dilakukan pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang anda dapatkan.
6. Pindahbukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening tabungan atau giro di BRI Syariah.
7. Dapat diperpanjang otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai yang berlaku pada saat diperpanjang.
8. Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan.³⁹

Perbedaan utama antara deposito mudharabah dengan deposito bank konvensional antara lain deposito mudharabah menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan deposito pada bank konvensional menggunakan sistem bunga. Dengan demikian pendapatan dari deposito mudharabah tidak tetap sebagaimana pada bunga, melainkan berfluktuasi sesuai tingkat pendapatan bank syariah.

Selain itu perlu dicatat, bahwa kedudukan deposito mudharabah di bank syariah tidak dianggap sebagai hutang bank dan piutang nasabah. Deposito mudharabah merupakan investasi nasabah kepada bank syariah, sehingga dalam akuntansinya, kedudukan deposito tidak dicatat sebagai hutang bank, tetapi dicatat dan disebut sebagai investasi, biasanya disebut investasi tidak terikat. (mudharabah muthlaqah).⁴⁰

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 03/DSN-MUI/IV/2000. Ketentuan umum deposito mudharabah adalah sebagai berikut:

³⁹ BRI Syariah, *Deposito Mudharabah*. <http://www.brisyariah.co.id/?q=corporate-funding> diakses pada tanggal 1 Januari 2017

⁴⁰ Agustianto, *Deposito Syariah. Karakteristik Dan Daya Tariknya*. <https://shariaeconomics.wordpress.com/tag/perbankan>. Diakses pada tanggal 19 desember 2016

- a. Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul maal atau pemilik dana, dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- b. Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk didalamnya mudharabah dengan pihak lain.
- c. Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- d. Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.
- e. Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional deposito dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- f. Bank tidak diperkenankan untuk mengurangi nisbah keuntungan nasabah tanpa persetujuan yang bersangkutan.⁴¹

B. Penghimpunan Dana

1. Pengertian Penghimpunan Dana

Menurut Pasal 1 Undang – Undang No.4 tahun 2003 tentang perbankan, bank adalah bank umum dan bank perkreditan rakyat yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan pasal 1 Undang – Undang No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan undang – undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan, bank didefinisikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dengan demikian jelas dinyatakan dalam kedua pasal di atas bahwa bank adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya baik secara syariah maupun konvensional dalam fungsinya sebagai intermediasi antara masyarakat yang memiliki dana lebih (deposan) dengan masyarakat yang membutuhkan dana (kreditur). Dalam fungsinya sebagai intermediasi antara deposan dengan kreditur,

⁴¹ *ibid*

maka bank harus melakukan kegiatan penghimpunan dana dari pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada kreditur.

Penghimpunan dana adalah suatu kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak kreditur dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak kreditur.⁴² Istilah penghimpunan dana dapat diartikan sebagai kegiatan usaha perbankan syariah untuk mengelola dana dari masyarakat dalam rangka melakukan kegiatan pembiayaan dibidang ekonomi. Tujuan dari kegiatan penghimpunan dana adalah untuk memperbesar modal, memperbesar asset, dan memperbesar kegiatan pembiayaan sehingga nantinya dapat mendukung fungsi bank sebagai lembaga intermediasi.⁴³

Penghimpunan dana dari masyarakat perlu dilakukan dengan cara – cara tertentu sehingga efisien dan dapat disesuaikan dengan rencana penggunaan dana tersebut. Keberhasilan suatu bank dalam memenuhi maksud itu dipengaruhi antara lain oleh hal – hal berikut ini:

1. Kepercayaan masyarakat pada bank yang bersangkutan.

Gambaran sebuah bank secara umum dimata masyarakat sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat pada bank tersebut.

2. Perkiraan tingkat pendapatan.

Perkiraan tingkat pendapatan yang akan diperoleh oleh penyimpan dana relatif terhadap pendapatan dari alternatif investasi lain dengan tingkat resiko yang seimbang.

3. Resiko penyimpanan dana.

Apabila sebuah bank dapat memberikan tingkat kepastian yang tinggi atas dana masyarakat untuk dapat ditarik lagi sesuai waktu yang telah dijanjikan, maka masyarakat semakin bersedia untuk menempatkan dananya di bank tersebut.

4. Pelayanan yang diberikan oleh bank kepada penyimpan dana.

⁴² Izzanizza, *penghimpunan dana di bank syariah*. <https://izzanizza.wordpress.com/>. Diakses pada tanggal 19 desember 2016

⁴³ Burhanuddin susanto, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia* (Yogyakarta: UUI Press, 2008) H. 262

Pelayanan yang baik akan membuat penyimpan dana merasa dihargai, diperhatikan dan dihormati sehingga merasa senang untuk terus bertransaksi keuangan di bank tersebut.⁴⁴

Penghimpunan dana di bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

2. Sumber Dana Bank

Sumber dana bank adalah usaha bank dalam memperoleh dana dalam rangka membiayai kegiatan operasinya. Dana untuk membiayai operasi suatu bank dapat diperoleh dari berbagai sumber. Perolehan dana ini sesuai kebijakan masing – masing bank, bisa melalui pinjaman (kredit) dari masyarakat atau dari lembaga lainnya. Disamping itu untuk membiayai operasinya, dana dapat pula diperoleh dengan modal sendiri, yaitu setoran modal dari para pemilik saham atau bank mengeluarkan atau menjual saham baru kepada pemilik baru. Perolehan dana itu disesuaikan dengan tujuan dan penggunaan dana tersebut.⁴⁵

Sumber – sumber dana bank tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dana yang bersumber dari bank itu sendiri

Sumber dana ini merupakan sumber dana dari modal sendiri. Modal sendiri adalah modal setoran dari para pemegang sahamnya.

Secara garis besar dapat disimpulkan pencairan dana sendiri sebagai berikut:

- a. Setoran modal pemegang saham.
- b. Cadangan bank, adalah cadangan – cadangan laba pada tahun lalu yang tidak dibagi kepada para pemegang sahamnya.
- c. Laba bank yang belum dibagi.⁴⁶

2. Dana yang bersumber dari lembaga lainnya

⁴⁴ Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: salemba Empat, 2006) H. 95

⁴⁵ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Ke 6* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012) h. 54

⁴⁶ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Ke 6* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012) h. 54

Sumber dana ini merupakan tambahan jika bank mengalami kesulitan dalam pencairan sumber dana pertama diatas.

Perolehan dana dari sumber ini antara lain dapat diperoleh dari:

- a. Kredit likuiditas dari Bank Indonesia
Merupakan kredit yang diberikan Bank Indonesia kepada bank – bank yang mengalami kesulitan likuiditas.
- b. Pinjaman antar bank (*call Money*)
Biasanya pinjaman ini diberikan kepada bank – bank yang mengalami kalah kliring di dalam lembaga kliring.
- c. Pinjaman dari bank – bank luar negeri.
- d. Surat berharga pasar uang (SBPU).⁴⁷

3. Dana yang berasal dari masyarakat luas

Sumber dana ini merupakan sumber dana terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini.

Sumber dana dari masyarakat luas dapat dilakukan dalam bentuk simpanan giro, simpanan tabungan, dan simpanan deposito. Secara umum kegiatan penghimpunan dana yang berasal dari masyarakat luas dibagi tiga jenis, yaitu:

- a. Giro
Secara umum yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah bayar lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Adapun yang dimaksud dengan giro syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip – prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa giro yang dibenarkan secara syariah adalah giro yang dijalankan berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.⁴⁸
- b. Tabungan

⁴⁷ *Ibid*, h. 55

⁴⁸ Karim Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* Ed. 4. Cet. 7 (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010) H. 243

Disamping giro, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpunan dana adalah tabungan. Yang dimaksud dengan tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetap tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip – prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah.⁴⁹

c. Deposito

Selain giro dan tabungan, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpunan dana (funding) adalah deposito. Yang dimaksud dengan deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu – waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpanan dengan bank yang bersangkutan. Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah.⁵⁰

C. Strategi

1. Pengertian Strategi

Kata strategi adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, Strategos. Adapun Strategos dapat diterjemahkan sebagai komandan militer pada zaman demokrasi athene.⁵¹

⁴⁹ Karim Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* Ed. 4. Cet. 7 (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010) h. 245

⁵⁰ Karim Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* Ed. 4. Cet. 7 (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010) h. 247

⁵¹ Wikipedia, *Pengertian Strategi* <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>. diakses pada 19 desember 2016

Pengertian strategi juga ada beberapa macam. Menurut Chandler, strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Porter strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.⁵²

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan mencapai sasaran khusus.⁵³ Konsep dan teori dalam ilmu strategi banyak yang berasal dari strategi militer. Keputusan strategis, baik dalam bidang militer maupun dunia usaha, berkaitan dengan tiga karakteristik umum yaitu : Strategi merupakan hal yang penting, strategi meliputi komitmen yang penting dari sumber daya, strategi tidak mudah diubah.

“Konsep strategi dapat didefinisikan berdasarkan dua perspektif yang berbeda, yaitu dari perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan (*intends to do*) dan dari perspektif apa yang organisasi akhirnya lakukan (*eventually does*).”⁵⁴

Berdasarkan perspektif pertama, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manager memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi. Dalam lingkungan yang selalu mengalami perubahan, pandangan ini lebih banyak diterapkan.

Sedangkan berdasarkan perspektif yang kedua, strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini setiap organisasi pasti memiliki strategi, meskipun strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi manager yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

⁵² Husein Umar, *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah – Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) H. 118

⁵³ Arikunto dan Suharsimi, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Departemen Pendidikan, nasional Balai Pustaka 2005) H. 1092.

⁵⁴ Stoner, Freeman dan Gilbert, *Pengantar Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 1995) h. 36

Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Strategi memberikan kesatuan arah bagi semua anggota organisasi. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang akan diambil bersifat subjektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengabaikan keputusan lain.

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip – prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

Strategi utama adalah merupakan rencana umum dari tindakan utama yang ditunjukkan bagi pencapaian tujuan jangka panjang perusahaan. Strategi utama dibagi kedalam tiga kategori umum : pertumbuhan, stabilitas, dan pengurangan. Strategi utama yang terpisah dapat juga didefinisikan untuk kegiatan yang bersifat global.⁵⁵

Tujuan strategi adalah organisasi yang secara keseluruhan, kalangan eksekutif mendefinisikan strategi yang eksplisit, yang merupakan rencana tindakan yang menggambarkan alokasi sumber daya dan kegiatan dalam menghadapi lingkungan dan mencapai tujuan organisasi. Esensi dari penyusunan strategi adalah memilih bagaimana organisasi menjadi berbeda. Manager mengambil keputusan tentang apakah perusahaan akan melakukan kegiatan yang berbeda ataukah akan mengambil tindakan yang mirip dengan cara yang berbeda dibandingkan dengan kompetitor. Strategi harus berubah dari waktu ke waktu agar sesuai dengan kondisi lingkungan, namun harus tetap komperatif, perusahaan mengembangkan strategi yang berfokus pada kompetensi utama, mengembangkan sinergi, dan menciptakan nilai bagi pelanggan.⁵⁶

Manajemen strategi adalah merupakan kumpulan keputusan dan tindakan yang digunakan dalam penyusunan dan implementasi strategi yang akan menghasilkan

⁵⁵ Daft Richard L, *management* (Jakarta:Salemba Empat,2007) h. 356

⁵⁶ David. Fred. R. *Manajemen Strategi Konsep buku dua* (Jakarta: Salemba Empat, 2009) h.

kesesuaian superior yang komperatif antara organisasi dan lingkungannya, untuk tujuan organisasi.⁵⁷

Manajemen strategi menekankan dan mengutamakan pengamatan dan evaluasi mengenai peluang (opportunities) dan ancaman (threats) lingkungan eksternal perusahaan dengan melihat kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dalam lingkungan internal perusahaan. Sementara itu, proses manajemen strategi meliputi empat elemen dasar yaitu: pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi strategi dan evaluasi serta pengendalian.⁵⁸

Menurut Hayes dan Wheelwright dalam suatu perusahaan terdapat tiga level strategi yaitu level korporasi, level unit bisnis atau lini bisnis level fungsional⁵⁹.

a. Strategi Level Korporasi

Strategi level korporasi dirumuskan oleh manajemen puncak yang mengatur kegiatan dan operasi organisasi yang memiliki lini atau unit bisnis lebih dari satu. Pertanyaan-pertanyaan pokok yang muncul pada level korporasi adalah bisnis apa yang seharusnya digeluti perusahaan? Apa sasaran dan harapan atas masing-masing bisnis? Bagaimana mengalokasikan sumber daya yang ada untuk mencapai sasaran-sasaran tersebut? Dalam mengembangkan sasaran korporasi, setiap perusahaan perlu menentukan salah satu dari beberapa alternatif berikut:

1. Kedudukan dalam pasar
2. Inovasi
3. Produktivitas
4. Sumber daya fisik dan financial
5. Profitabilitas
6. Prestasi dan pengembangan manajerial
7. Tanggung jawab sosial⁶⁰

b. Strategi Level unit Bisnis

⁵⁷ Ibid 355

⁵⁸ Ibid 355

⁵⁹ Peter, J.C. et.al. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.(Jakarta: Erlangga, 2000).h. 221

⁶⁰ Peter, J.C. et.al. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.(Jakarta: Erlangga, 2000).h. 221

Strategi level bisnis lebih diarahkan kepada pengelolaan kegiatan dan operasi suatu bisnis tertentu. Pada dasarnya strategi level unit bisnis berupa menentukan pendekatan yang sebaiknya digunakan oleh suatu bisnis terhadap pasar dan bagaimana melaksanakan pendekatan tersebut dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan dalam kondisi pasar tertentu. Pertanyaan-pertanyaan pokok dalam strategi ini antara lain: Bagaimana perusahaan bersaing dalam pasarnya? Produk atau jasa apa saja yang harus ditawarkan? Pelanggan sasaran mana yang harus dilayani? Bagaimana mendistribusikan sumber daya dalam bisnis tersebut? Salah satu contoh strategi level bisnis adalah model yang dikemukakan oleh Porter (1980) dimana ada tiga strategi generik yang dapat dipilih, yaitu: defrensisi, fokus, dan *cost leadership*.⁶¹

c. Strategi Level Fungsional

Strategi level fungsional merupakan strategi dalam kerangka fungsi-fungsi manajemen (secara tradisional terdiri atas riset dan pengembangan, keuangan, produksi, dan operasi, pemasaran, personalia atau sumber daya manusia) yang dapat mendukung strategi level unit bisnis. Sebagai contoh, bila strategi level bisnis menghendaki agar diadakan pengembangan produk baru, maka departemen riset dan pengembangan berupaya menyusun rencana mengenai cara mengembangkan produk baru tersebut.

Strategi fungsional umumnya lebih terperinci dan memiliki jangka waktu yang lebih pendek dari pada strategi organisasi. Tujuan pengembangan strategi fungsional adalah untuk mengkomunikasikan tujuan jangka pendek, menentukan tindakan-tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai jangka pendek dan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pencapaian tujuan tersebut. Strategi fungsional perlu dikoordinasikan satu sama lain untuk menghindari terjadinya konflik kepentingan dalam organisasi. Sebagai contoh: konflik yang kerap kali terjadi, pemasaran berkeinginan untuk memberikan fasilitas kredit sebesar mungkin kepada semua

⁶¹ Ibid. h. 222

pelanggan, namun departemen keuangan menghendaki kredit yang diberikan dibatasi karena bisa menimbulkan biaya pengumpulan piutang besar.⁶²

2. Strategi Penghimpunan Dana

Terdapat beberapa strategi yang diterapkan oleh perbankan dalam menjalankan fungsinya sebagai penghimpun dana masyarakat. Strategi tersebut diantaranya melalui strategi pemasaran dan strategi pemberian hadiah.⁶³

Strategi bank yang pertama ialah strategi pemasaran. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai sasaran pasar serta tujuan perusahaan. Strategi ini menekankan kepada keahlian seorang marketing dan *costumer service* untuk menyampaikan dan menerangkan tentang produk-produk yang tersedia di bank dengan tujuan agar menarik minat nasabah untuk menabung.⁶⁴

Komunikasi pemasaran merupakan upaya terintegrasi dari perusahaan untuk menyampaikan pesan tentang produk perusahaan kepada konsumen. Pesan ini merupakan salah satu elemen yang menunjang strategi pemasaran perusahaan. Melalui komunikasi perusahaan dapat membentuk citra dan positioning yang diinginkan. Pemasaran bank adalah sebuah proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara member kepuasan.⁶⁵

Dari penjelasan diatas, yang dimaksudkan dengan kebutuhan nasabah bank adalah suatu keadaan yang dirasakan tidak ada dalam diri seseorang. Contoh dari kebutuhan nasabah bank, yaitu:

1. Kebutuhan akan produk atau jasa perbankan.
2. Kebutuhan akan rasa aman dan nyaman dalam berhubungan dengan bank.
3. Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh seluruh karyawan.
4. Kebutuhan untuk persahabatan dan keakraban.

⁶² Peter, J.C. et.al. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.(Jakarta: Erlangga, 2000).h. 223

⁶³ Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2014), h. 17.

⁶⁴ *Ibid* 18

⁶⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Penerbit Kencana, 2006) h. 63

5. Kebutuhan status.
6. Kebutuhan aktualisasi diri.⁶⁶

Maksud dari keinginan nasabah adalah kebutuhan yang dibentuk oleh kultur dan kepribadian individu. Contohnya yaitu:

1. Keinginan untuk mendapatkan pelayanan yang cepat, efektif, dan bermutu.
2. Keinginan agar bank dapat menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.
3. Keinginan memperoleh komitmen bank.
4. Keinginan dihargai dan dihormati oleh seluruh karyawan bank.
5. Keinginan memperoleh keamanan dari setiap transaksi yang berhubungan dengan bank.⁶⁷

Hal – hal yang harus diperhatikan dan tujuan – tujuan yang akan dicapai oleh bank, maka manajemen harus dapat menentukan langkah – langkah yang akan dilakukan. Berikut adalah langkah – langkah pemasaran bank secara umum:

1. Riset pasar

Hal pertama yang dilakukan adalah melakukan riset pasar. Riset pasar akan sangat penting untuk mengetahui kebutuhan dari masyarakat akan produk yang dikeluarkan oleh bank.

2. Menetapkan tujuan pemasaran

Tujuan adalah hal yang tidak dapat dikesampingkan dari semua kegiatan yang akan dilakukan. Hal ini dikarenakan, tanpa adanya sebuah tujuan, maka pelaksanaan kegiatan tidak akan pernah dapat dinilai, apakah sudah terlaksana dengan baik atau belum.

3. Mengembangkan strategi pemasaran

Pengembangan strategi pemasaran menjadi hal yang wajib dilakukan oleh manajemen pemasaran agar pelaksanaannya dapat berjalan dengan baik sesuai dengan riset pasar yang sudah dilakukan sebelumnya.

4. Penyusunan rencana pemasaran

Rencana pemasaran adalah langkah lanjutan dari pengembangan strategi pemasaran. Rencana pemasaran yang dibuat harus sesuai dengan strategi

⁶⁶ *Ibid*, h 64

⁶⁷ *Ibid*, h64

pemasaran, karena apabila tidak sesuai maka pemasaran yang dilaksanakan tidak akan berjalan dengan baik.

5. Pelaksanaan kegiatan pemasaran

Setelah melakukan berbagai langkah yang dimulai dari riset pasar, penetapan tujuan, pengembangan strategi, serta penyusunan rencana pemasaran, maka pemasaran sudah siap untuk dilaksanakan. Pelaksanaan pemasaran tentu harus dapat dilakukan dengan maksimal dan sesuai dengan berbagai langkah yang sudah disiapkan sebelumnya agar dapat terlaksana dengan baik dan efektif serta memberikan keuntungan kepada bank.

6. Monitoring dan evaluasi kegiatan pemasaran

Setelah selesai melaksanakan pemasaran, langkah selanjutnya adalah monitoring dan evaluasi tentang segala sesuatu yang ada didalam pelaksanaan pemasaran. Hal terpenting yang harus diperhatikan pada langkah ini adalah melakukan penilaian, apakah sudah sesuai dengan strategi dan rencana yang disusun. Kemudian, untuk jangka yang lebih panjang apakah pelaksanaan pemasaran tersebut sudah memberikan keuntungan bagi pihak bank.⁶⁸

Konsep pemasaran (marketing concept) berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (*customer values*) kepada pasar sasarnya secara lebih efektif dibandingkan pada pesaing. Tujuan akhir pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya. Tujuan utama dalam perusahaan adalah mencari laba. Sedangkan tujuan lainnya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas – aktivitas sosial dan pelayanan publik.⁶⁹

Kedua adalah melalui strategi pemberian hadiah. Menurut kamus umum bahasa Indonesia hadiah berarti pemberian penghormatan atau disebut juga ganjaran yang diberikan kepada seseorang. Seperti pemenang pada suatu perlombaan. Hadiah dapat

⁶⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Penerbit Kencana, 2006) h. 68

⁶⁹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga), 2008, h.

juga diartikan sebagai suatu penghargaan yang diberikan kepada seseorang untuk hal – hal yang berkaitan dengan pekerjaan. Hadiah juga berarti kenang – kenangan yang ditujukan untuk teman atau kerabat.⁷⁰

Pada saat ini hadiah tidak hanya digunakan untuk pemberian pribadi ataupun bonus untuk pekerja, namun kini hadiah banyak digunakan perusahaan khususnya perbankan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menarik minat nasabah. Karena dengan hadiah, nasabah dapat tertarik untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh perbankan. Adanya hadiah juga dapat membuat nasabah memindahkan tabungannya dari bank sebelumnya ke bank lain.⁷¹

Secara umum, hadiah sangat disukai seluruh lapisan masyarakat. Tidak heran jika para tenaga pemasaran di perbankan juga menggunakan hadiah sebagai sarana dalam membantu memasarkan produk – produk perbankan. Hadiah menjadi hal yang di tunggu – tunggu oleh para konsumen. Hadiah merupakan bagian dari strategi pemasaran yang yang biasa dilakuka oleh suatu perusahaan atau perbankan untuk memelihara hubungan antar pihak perusahaan dengan konsumen agar para konsumen tidak berlari ke perusahaan atau bank lain. Hadiah dapat juga diberikan jika para konsumen sudah merasa jenuh terhadap produk milik produsen serta untuk menjaga loyalitas pelanggan.⁷²

Tujuan dari pemberian hadiah adalah sebagai berikut:

- a. Menarik para pembeli baru.
- b. Meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama.
- c. Menghindarkan konsumen lari ke merk lain.
- d. Mempopulerkan merek atau meningkatkan loyalitas.
- e. Meningkatkan volume penjualan jangka pendek dalam rangka memperluas “*Market Share*” jangka panjang.⁷³

Karena hadiah merupakan alat dari promosi penjualan, maka tujuan diberikan hadiah adalah salah satunya untuk dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Hadiah berkaitan erat dengan istilah pemasaran. Karena hadiah merupakan bagian dari strategi pemasaran yang harus digunakan pada setiap perusahaan untuk meningkatkan

⁷⁰ Ira. M. Lapidus, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001) h, 337

⁷¹ Muchdarsyah sinangun, *Strategi Manajemen Bank*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000) h, 290

⁷² *Ibid* h. 291

⁷³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2005) h. 197

penjualan produk dan meningkatkan jumlah konsumen.⁷⁴ Strategi ini merupakan salah satu strategi jitu yang dilakukan banyak bank untuk menarik dana dari nasabah. Dengan demikian maka diharapkan nasabah merasa senang dan bersikap loyal terhadap bank tersebut.⁷⁵

Strategi lain yang sering diterapkan bank untuk menghimpun dana adalah Strategi promosi. Strategi promosi merupakan sarana untuk memperkenalkan produk sebuah bank kepada masyarakat agar tertarik dengan produk – produk tersebut.

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.

Jenis promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya antara lain:⁷⁶

a. Promosi Melalui Periklanan (Advertising)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti lewat:

- 1). Pemasangan Billboard di jalan – jalan strategis.
- 2). Pencetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat - pusat perbelanjaan.
- 3). Pemasangan spanduk dilokasi tertentu yang strategis.
- 4). Pemasangan melaui Koran.
- 5). Pemasangan melalui majalah.
- 6). Pemasangan melalui radio.
- 7). Pemasangan melalui televisi.

⁷⁴ *Ibid*, h. 98

⁷⁵ *Ibid*, h. 18

⁷⁶ Kasmir. *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media. 2005) h. 85

8). Dan menggunakan media lainnya.

Tujuan penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan bank. Masing – masing media memiliki tujuan yang berbeda.

b. Promosi Penjualan (Sales Promotion)

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui:

- 1). Pemberian bunga khusus (special rate) untuk jumlah dana yang relatif besar, walaupun hal ini akan mengakibatkan persaingan yang tidak sehat (misalnya untuk simpanan yang jumlahnya besar).
- 2). Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- 3). Pemberian cendera mata, hadiah serta kenang – kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal.
- 4). Dan promosi penjualan lainnya.

c. Publisitas (Publicity)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, kegiatan publisitas perlu diperbanyak lagi. Ciri atau penampila publisitas ditambah dengan tiga kualitas khusus, yaitu:

- 1). Nilai kepercayaan yang tinggi. Artikel dan berita di media biasanya lebih otentik dan lebih dipercaya oleh pembaca dari pada iklan.

- 2). Dorongan keluar. Publisitas dapat menjangkau banyak pihak menghindari iklan. Pesan yang sampai ke pembeli berupa berita, bukan suatu komunikasi penjual langsung.
- 3). Dramatisasi. Iklan dan publisitas mempunyai potensi untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk.

d. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*. Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus personal selling dilakukan oleh petugas *Customer Service* atau *Service Assistensi*.⁷⁷

Penjualan pribadi adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan – melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan. Dalam penjualan pribadi terjadi sentuhan langsung antara tenaga pemasaran dengan pelanggan terakhir, sehingga memungkinkan terjadinya kontak langsung. Saat kontak langsung itulah dapat digali beberapa hal untuk kegiatan pemasaran lainnya.⁷⁸

Beberapa keuntungan dan manfaat dari diselenggarakannya personal selling antara lain:

- 1) Dapat langsung bertatap muka dengan pelanggan, sehingga dapat langsung menjelaskan dan menangkap respon lainnya tentang produk.
- 2) Dapat memperoleh informasi langsung dari pelanggan.
- 3) Dapat langsung mempengaruhi dan melakukan persuasi (membujuk) pelanggan dengan beberapa argumentasi yang hanya dikuasai oleh pejabat bank.

⁷⁷ Kasmir. *Pemasaran Bank* (Jakarta: Prenada Media. 2005) h. 86

⁷⁸ Sentot Imam Wahjono. *Manajemen Pemasaran Bank*.(Jakarta: Gramedia, 2007) h, 73

- 4) Dapat mendidik atau mengedukasi pelanggan tentang bagaimana cara menggunakan dengan baik produk, tentang apa yang harus dihindari dan apa yang harus diikuti petunjuknya.
- 5) Dapat menjalin hubungan akrab untuk membangun bisnis hubungan jangka panjang yang berkelanjutan.

e. Pemasaran Langsung (*Direct marketing*)

Adalah kegiatan promosi yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respon yang terukur dan atau transaksi di sembarang lokasi. *Direct Marketing* biasanya dilakukan dengan cara lewat datang langsung ke konsumen, lewat telepon, pos dan sebagainya.⁷⁹

Strategi lain yang sering digunakan bank dalam menghimpun dana adalah dengan cara memberikan rangsangan berupa imbalan jasa bunga bagi bank konvensional dan prinsip jual beli atau nisbah bagi hasil bagi bank syariah, dan pelayanan yang menarik.⁸⁰

D. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian – penelitian terdahulu yang pernah dilakukan

Tabel. II.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Sumber
1	Zulika Rahma Siagian	Analisis Pelaksanaan Bagi Hasil Deposito Mudharabah Pada PT. BPRS Amanah	Bagi hasil pada deposito Mudharabah pada PT. BPRS Amanah	Skripsi (2015)

⁷⁹ Fandi Jtiptono, *Strategi Pemasaran.*(Yogyakarta : ANDA. 2008) h. 14

⁸⁰ Fajarul Nurul. *Bank.* <https://phanjoel.wordpress.com/2011/03/08/bank.html>. diakses 1 januari

		Insan Cita	Insan Cita cenderung fluktuatif tergantung keuntungan bank syariah (mudharib)dalam mengelola dana	
2	Miftakhul Aghania	Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Simpanan Mudharabah Bank Syariah Mandiri 2006-2013	Bagi Hasil Tabungan, Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Suku Bunga Tabungan, Suku Bunga Deposito dan Inflasi Secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap simpanan mudharabah	Jurnal (2015)
3	Anis Nur Khasanah (Institut Agama Islam Negeri Wali songo semarang)	Strategi Penghimpunan Dana Melalui Deposito <i>Mudharabah</i> Di Bni Syari'ah Cabang Semarang	Promotional mix adalah kombinasi strategi yang paling baik variable-variabel periklanan, personal selling, dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk	Tugas Akhir (2012)

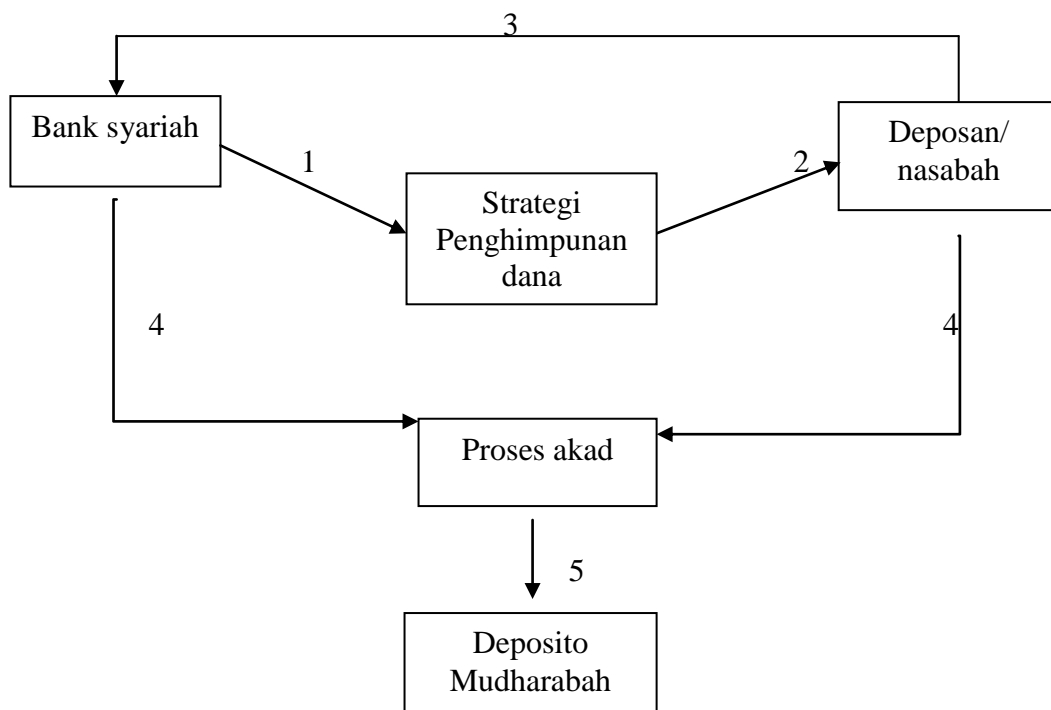
			mencapai tujuan program penjualan.	
4	Ishaq Akini Tanjung	Analisis Pembiayaan Murabahah Pada PT. Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Medan	Dimana besarnya margin keuntungan ditentukan oleh jangka waktu pembiayaan. Semakin lama jangka waktu pembiayaan yang dilakukan maka semakin besar pula margin keuntungan bank yang diberikan kepada nasabah	Skripsi (2015)
5	Zenika Lestari	Analisis Strategi Pemasaran Layanan Jasa Kartu Atm Suka – Suka Terhadap Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Medan	Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank tabungan Negara Tbk Kantor Cabang Syariah Medan dengan cara membuat iklan baik itu di internet, iklan pada mesin ATM, brosur, dan spanduk.	Skripsi (2016)

E. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran yang penulis paparkan adalah sebagai berikut:

Gambar. II.4

Kerangka Pemikiran



pada kerangka berfikir ini mengilustrasikan tentang bagaimana proses penghimpunan dana deposito mudharabah pada bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Bank syariah mempunyai strategi penghimpunan dana berupa promosi, pembagian nisbah bagi hasil, hadiah, dan pelayanan yang menarik.

2. Strategi tersebut diimplementasikan dan ditujukan kepada deposan/ nasabah agar menarik minat mereka untuk menandatangani dananya ke bank syariah.
3. Nasabah mendatangi bank syariah karena nasabah merasa tertarik akan produk yang ditawarkan tersebut dan ingin menandatangani dananya di bank syariah.
4. Bank syariah dan deposan/ nasabah menyusun proses akad yaitu berupa rukun dan syarat mudharabah, penentuan nisbah bagi hasil, jangka waktu jatuh tempo/ berakhirnya akad, dan ijab Kabul yang dilakukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.
5. Akhirnya nasabah sebagai pemilik dana dan bank syariah sebagai pengelola dana telah resmi melakukan transaksi produk deposito mudharabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah suatu pendekatan penelitian yang menghasilkan data berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang – orang dan perilaku yang diamati. Dalam pendekatan ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variabel.⁸¹

Untuk mendeskripsikan lebih dalam mengenai strategi penghimpunan dana, maka penelitian ini dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Secara harafiah, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan – temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantitatif, perhitungan statistik, atau bentuk cara – cara lainnya yang menggunakan ukuran angka.⁸²

Jadi, metode dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Dengan kata lain tujuan dari penelitian ini adalah membuat deskripsi, gambaran sistematis, aktual, dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena yang dimiliki. Dari penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran secara menyeluruh dan sistematis mengenai strategi penghimpunan dana melalui deposito mudharabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor cabang S. Parman Medan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat yang diambil sebagai objek penelitian penulis adalah PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang S. Parman Medan.

⁸¹ Lexy j. Moloeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung : Rosda, 2012), h. 4.

⁸² Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Malang : Bumi Aksara, 2013), h. 82.

2. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian akan dilakukan pada bulan Desember 2016 sampai maret 2017

Tabel III. 1
Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Proses Penelitian	Bulan																							
		Desember 2016				Januari 2017				Februari 2017				Maret 2017				April 2017							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan judul	■	■																						
2	Penyusunan			■	■	■	■																		
3	Bimbingan Proposal							■	■	■	■														
4	Seminar Proposal											■													
5	Pengumpulan data													■	■	■	■								
6	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■				
7	Sidang Skripsi																								■

C. Defenisi Operasional

1. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.
2. Penghimpunan dana merupakan suatu kegiatan kegiatan usaha yang dilakukan bank untuk mencari dana kepada pihak deposan yang nantinya akan disalurkan kepada pihak penerima pembiayaan dalam rangka menjalankan fungsinya sebagai intermediasi antara pihak deposan dengan pihak penerima pembiayaan.
3. Deposito mudharabah adalah dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu, sesuai dengan akad perjanjian yang dilakukan bank syariah dan nasabah.

4. Bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran.

D. Sumber Data Penelitian

Menurut Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata – kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain – lain. Jenis sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder adalah sebagai berikut:

- a. Data Primer (utama) adalah data yang diambil dari kata – kata dan tindakan orang – orang yang diamati atau diwawancarai serta dicatat melalui catatan tertulis atau pengambilan foto.⁸³ Yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari responden yaitu staff funding officer PT. BRI Syariah cabang S. Parman Medan.
- b. Data sekunder (kedua) adalah data yang sudah tersedia berupa buku – buku dari perpustakaan, majalah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi.⁸⁴ Data sekunder yang akan diperoleh pada penelitian ini adalah data dari pustaka berupa buku – buku dan dokumen pribadi dari lokasi penelitian berupa sejarah perusahaan, lokasi, dan juga data – data lain yang diperlukan untuk penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara (Interview)

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses Tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap – hadapan secara fisik. Ada dua cara dalam membedakan tipe wawancara yaitu secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan karena informasi yang akan diperlakukan penelitian sudah pasti. Dalam melakukan wawancara ini peneliti telah

⁸³ Lexy j. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung : Rosda, 2012), h. 157.

⁸⁴ *Ibid*, h. 159

menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan – pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah dipersiapkan. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bersifat lebih luas dan terbuka. Dalam pelaksanaannya lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur karena dalam melakukan wawancara ini dilakukan secara alamiah untuk menggali ide dan gagasan informasi secara terbuka dan tidak menggunakan pedoman wawancara.⁸⁵

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.⁸⁶ Metode ini dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data –data yang ada baik melalui buku – buku, dan dokumen – dokumen yang ada pada Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan yang berkaitan dengan judul penelitian. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara karena hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh dokumen.⁸⁷

F. Teknik Analisis Data

Pada hakikatnya analisis data adalah sebuah kegiatan untuk mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode/tanda, dan mengategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Analisis data kualitatif sesungguhnya sudah dimulai saat peneliti mulai mengumpulkan data, dengan cara memilah mana data sesungguhnya yang penting atau tidak. Ukuran penting atau tidaknya mengacu pada kontribusi data tersebut pada upaya menjawab fokus penelitian. Didalam penelitian lapangan bisa saja terjadi pengubahan fokus penelitian karena peneliti memperoleh data yang sangat menarik. Hal ini bisa dilakukan karena perjalanan penelitian kualitatif bersifat siklus sehingga fokus yang sudah di desain sejak awal bisa berubah ditengah jalan. Karena peneliti menemukan data yang sangat penting, yang sebelumnya tidak terbayangkan. Untuk

⁸⁵ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Malang : Bumi Aksara, 2013), h. 160-163

⁸⁶ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* Cet. Ke-1, (Yogyakarta: TERAS, 2009), h. 62.

⁸⁷ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Malang : Bumi Aksara, 2013), h. 176-177.

bisa menentukan kebermaknaan data atau informasi diperlukan pengertian yang mendalam, kecerdikan, kreativitas, kepekaan, konseptual, pengalaman, dan keahlian peneliti.⁸⁸

Analisis data merupakan proses pencarian dan menyusun secara sistematis hasil wawancara, catatan – catatan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikannya kedalam kategori, dan mengaturnya kedalam unit – unit, mensintesiskannya, menyusun kedalam pola – pola, memilih apa yang penting dan apa yang dipelajari, memutuskan apa yang akan dipaparkan dan membuat kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri dan orang lain (pembaca laporan penelitian).

Proses analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif dengan metode deskriptif model Miles dan Huberman, yang mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif:

1. Reduksi Data

Data yang akan diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, maka perlu dicatat secara rinci dan teliti. Karena semakin lama peneliti kelapangan, maka semakin banyak pula data yang diperoleh. Untuk itu diperlukan analisis data melalui reduksi data. Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan – catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana diketahui reduksi data berlangsung terus – menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Sebenarnya bahkan sebelum data benar – benar terkumpul, antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak pada waktu penelitiannya, memutuskan kerangka konseptual, wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus – gugus, membuat partisi, menulis memo. Reduksi data berlanjut terus sesudah penelitian lapangan sampai laporan akhir lengkap tersusun.⁸⁹

2. Penyajian Data

⁸⁸ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Malang : Bumi Aksara, 2013), h. 176-177.

⁸⁹ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta : UIP, 2007) h.

Langkah selanjutnya setelah mereduksi data adalah menyajikan data. Penyajian data yaitu proses penyajian dari sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan melihat penyajian – penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dari penyajian – penyajian tersebut. penyajian tersebut meliputi uraian singkat, grafik, jaringan, jenis matriks atau bagan yang dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, dengan demikian seseorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataukah terus melangkah melakukan analisis menurut saran yang dikisahkan oleh penyaji sebagai sesuatu yang mungkin berguna.⁹⁰

3. Menarik Kesimpulan

Langkah ketiga setelah penyajian data adalah menarik kesimpulan. Kesimpulan / verifikasi yaitu hasil penelitian yang menjawab focus penelitian berdasarkan hasil data. Simpulan disajikan dalam bentuk deskriptif, objek penelitian dengan berpedoman pada kajian penelitian.⁹¹ Kesimpulan awal yang dikemukakan mungkin masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti – bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti – bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁹²

⁹⁰ Ibid, h. 17-18

⁹¹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktek* (Malang : Bumi Aksara, 2013), h. 212

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 252

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan hasil penelitian tentang strategi penghimpunan dana pada BRI Syariah cabang S.Parman Medan, penulis melakukan pengumpulan data dengan cara wawancara langsung terhadap objek yang diteliti.

Dalam hal penghimpunan dana deposito, penulis menganalisis data dan informasi yang berkaitan dengan strategi yang dilakukan oleh BRI Syariah cabang S.Parman Medan serta mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh BRI Syariah dalam menghimpun dana pada produk deposito mudharabah.

Adapun teknik analisis data yang digunakan penulis adalah teknik analisis data kualitatif dengan metode deskriptif model Miles dan Huberman, yang mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

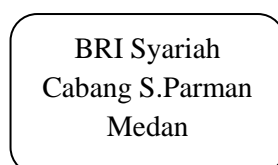
2. Mekanisme Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah

Deposito adalah simpanan atau investasi yang dikeluarkan oleh perbankan dalam melakukan fungsinya sebagai penghimpun dana dari masyarakat, yang mana simpanan tersebut tidak bisa diambil sampai pada jatuh temponya. Deposito yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan adalah deposito BRISyariah iB yang akadnya menggunakan prinsip mudharabah. Jenis mudharabahnya adalah mudharabah muthlaqah, yang mana dalam mudharabah muthlaqah nasabah yang menginvestasikan dana di BRI Syariah Cabang S.Parman Medan (mudharib) tidak mengikat akan jenis, waktu, dan tempat usahanya.

Yang diterapkan oleh BRI Syariah Cabang S.Parman Medan dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar IV. 1

Skema mudharabah muthlaqah



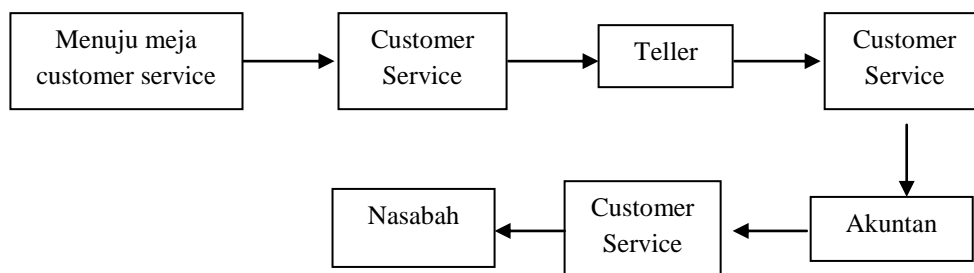


Keterangan:

1. Dana deposito diserahkan oleh deposan ke bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan.
2. Setelah dana deposito terkumpul lalu bank memberikan dana tersebut kepada mitra usaha yang membutuhkan dana agar dikelola.
3. Setelah dana dikelola oleh mitra usaha dan mengalami keuntungan maka si pengelola membagi keuntungan sesuai dengan kesepakatan.
4. Kemudian bank BRI Syariah Cabang S.parman Medan membagikan nisbah keuntungan dari investasi deposito sesuai kesepakatan.

Dalam melakukan pembukaan deposito BRISyariah iB, ada beberapa proses operasional yang harus dilalui oleh nasabah (deposan). Adapun skema transaksi / akad deposito mudharabah di BRI Syariah cabang S.Parman Medan sebagai berikut:

Gambar IV. 2
Skema Pembukaan Deposito



Untuk lebih jelas tentang proses operasional pembukaan deposito mudharabah di BRI Syariah Cabang S.Parman Medan, akan dijelaskan sesuai urutannya:

1. Petugas Customer Service menerima kedatangan calon deposan dengan baik, sopan disertai senyum yang ramah dan mengucapkan salam pada calon deposan. Lalu petugas Customer Service menanyakan apakah calon nasabah sudah mempunyai rekening tabungan di BRI Syariah (apabila

mempunyai) petugas menanyakan apakah uang yang akan di depositokan sudah ada direkening, akan tetapi apabila calon deposan belum mempunyai rekening di BRI Syariah maka petugas Customer Service mengajukan calon deposan untuk membuka rekening tabungan di BRISyariah, karena uang yang akan didepositokan harus ada di rekening tabungan.

2. Bagi nasabah yang sudah mempunyai rekening tabungan di BRI Syariah akan langsung menyetor uang yang akan didepositokan ke petugas teller, akan tetapi bagi nasabah yang belum mempunyai rekening tabungan dianjurkan untuk membuka rekening tabungan dulu, setelah proses pembukaan rekening tabungan selesai maka nasabah bisa langsung menyetorkan uang yang akan didepositokan kepada petugas teller.
3. Setelah menyetorkan uangnya calon deposan disuruh kembali ke petugas customer service oleh petugas teller untuk melakukan proses pembukaan deposito mudharabah di BRI Syariah cabang S.Parman Medan, maka petugas Customer service akan menjelaskan tentang produk deposito mudharabah terlebih dahulu kepada calon deposan. Setelah deposan sudah mengetahui tentang deposito mudharabah petugas customer service akan menyuruh calon deposan untuk mengisi aplikasi deposito. Lalu deposan akan mengadakan perjanjian bagi hasil (akad mudharabah) di tanda tangani oleh pihak BRI Syariah Cabang S.Parman Medan sebagai (mudharib) dan calon deposan sebagai (shahibul maal).
4. Setelah proses pemberkasan selesai petugas customer service akan memberikan data deposan kepada akuntan, lalu akuntan akan menginput datanya, dan secara otomatis uang yang ada di rekening akan berkurang sesuai dengan jumlah yang didepositokan.
5. Setelah proses penginputan selesai, maka petugas customer service akan mencetak bilyet deposito. Lalu ditandatangani oleh pimpinan BRI Syariah cabang S.Parman Medan disertai materai dan diserahkan kepada nasabah sebagai bukti kepemilikan deposito mudharabah di BRI Syariah cabang S.Parman Medan.

6. Nasabah menerima bilyet deposito, bilyet itu berfungsi sebagai bukti kepemilikan deposito mudharabah di BRI Syariah Cabang S.Parman Medan, dan juga untuk mencairkan dana deposito pada saat jatuh temponya.

Manfaat yang didapat oleh nasabah yang memiliki deposito mudharabah di BRI Syariah Cabang S.Parman Medan adalah ketenangan dan kenyamanan investasi yang menguntungkan dan membawa berkah karena pengelolaannya sesuai dengan syariah. Dan dana yang didepositokan aman karena diikutsertakan dalam program penjamin pemerintah, tersedia pilihan jangka waktu 1, 3, 6, dan 12 bulan, bagi hasil yang kompetitif, pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang didapat, pemindah bukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening tabungan atau giro di BRI Syariah Cabang S.Parman Medan, dan dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan pada saat diperpanjang dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

Mengenai cara pengelolaan dana deposito di BRI Syariah cabang S.Parman Medan selaku pengelola dana (mudharib) akan melakukan penyaluran dana dengan cara menyalurkan kepada masyarakat melalui pembiayaan. Dan dari usaha pembiayaan tadi BRI Syariah cabang S.Parman Medan akan mendapatkan pendapatan/ keuntungan dari margin penjualan dan bagi hasil nasabah yang meminjam untuk usaha.

Dalam penerapan prinsip bagi hasil pada bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan prinsip yang digunakan adalah revenue sharing, karena revenue sharing perhitungan bagi hasilnya didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diperoleh BRI Syariah Cabang S.Parman Medan sebelum pendapatan tadi dikurangi dengan biaya – biaya yang dikeluarkan untuk mendapat pendapatan tadi, sehingga keuntungan deposan (shahibul maal) lebih besar dari keuntungan yang di peroleh oleh BRI Syariah Cabang S.Parman Medan (mudharib) dari pengelolaan dana deposito.

B. Pembahasan

1. Analisis Strategi Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah

Pada dasarnya strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diterapkan seluruh jajaran dalam

suatu organisasi demi pencapaian tujuan organisasi tersebut. Keberhasilan suatu pekerjaan atau kegiatan tergantung dari manajemennya. Pekerjaan itu akan berhasil jika manajemennya dilakukan dengan baik dan benar.

Dengan pemasaran, sebuah bank syariah dapat memperkenalkan produk yang ditawarkan secara lebih luas kepada masyarakat dan calon nasabah baik itu dengan cara promosi ataupun melalui media massa lainnya, tentunya itu sangat meningkatkan daya jual beli yang tinggi agar produk tersebut akan tetap bertahan dan akan semakin berkembang. Bank syariah juga tidak hanya mencari keuntungan semata akan tetapi lebih kepada memberikan kepuasan dan layanan yang baik terhadap nasabah.

Strategi dalam memasarkan produk perbankan merupakan hal yang penting, karena keberhasilan ataupun kegagalan suatu upaya pemasaran akan sangat berpengaruh dalam memperoleh calon nasabah dan dalam hal ini sebagai bank yang terus berkembang, BRI Syariah Cabang S.Parman Medan senantiasa selalu meningkatkan mutu, kualitas, pelayanan dan melakukan terobosan yang cukup hebat sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang tentunya dengan kemudahan – kemudahan yang diberikan pihak bank.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Ibu Cut Nurul Aqla selaku Account Officer di BRI Syariah cabang S.Parman Medan, adapun strategi yang digunakan oleh bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dalam menghimpun dana deposito mudharabah adalah:

- a. Lebih memfokuskan kepada strategi pemasaran yaitu dengan cara:
 - 1). Memasarkan produk kepada instansi – instansi.
 - 2). Membagikan brosur.
 - 3). Promosi lewat spanduk.
 - 4). Menggunakan iklan.

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai sasaran pasar serta tujuan perusahaan. Strategi ini menekankan kepada keahlian seorang marketing dan *costumer service* untuk menyampaikan dan menerangkan tentang produk-produk yang tersedia di bank dengan tujuan agar menarik minat nasabah untuk menabung.

b. Menjaga hubungan baik dengan nasabah (*Customer Relationship Marketing*) yaitu dengan cara:

- 1). Memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.
- 2). Membangun kepercayaan kepada nasabah.
- 3). Menjalinkan hubungan baik dengan masyarakat (calon nasabah).

sesuatu yang dapat dijadikan patokan bagi perusahaan untuk tetap menjaga hubungan antara konsumen dan perusahaan adalah kesesuaian yaitu kesesuaian antara harapan konsumen dan realitas yang dirasakan. Berdasarkan kajian tersebut dapat dimengerti bahwa konsumen akan tetap menjaga hubungan dengan perusahaan karena konsumen sendiri merasakan suatu kepuasan karena harapan yang diinginkan mampu dipenuhi oleh perusahaan melalui produk dan layanan yang diberikan.

c. Promosi penjualan (*sales Promotion*) yaitu dengan cara :

- 1). Menggunakan iklan melalui media elektronik ataupun cetak.
- 2). Mengadakan kegiatan – kegiatan berupa peragaan, demonstrasi, pertunjukan dan lain sebagainya.
- 3). Mengadakan acara hiburan seperti grebek pasar dan BRISyariah *vaganza*.
- 4). Mengenalkan keunggulan produk dari Deposito BRISyariah iB.

Strategi promosi merupakan sarana untuk memperkenalkan produk sebuah bank kepada masyarakat agar tertarik dengan produk – produk tersebut. Bauran promosi merupakan bauran tertentu pemasangan iklan (*advertising*), Promosi penjualan (*Sales Promotions*), Hubungan Masyarakat (*Public relations*), dan alat – alat pemasaran langsung (*direct marketing*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan – tujuan pemasangan iklan dan pemasaran”.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti dapat menganalisis bahwa strategi yang telah diterapkan oleh bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan sudah berjalan dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah dana pihak ketiga khususnya deposito pertahunnya. Strategi tersebut sampai saat ini masih dilakukan untuk menarik minat nasabah. sehingga produk deposito BRISyariah iB mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat. Dalam pemasarannya, bank BRI Syariah cabang S. Parman Medan bukan hanya sekedar menjual produk untuk mendapatkan keuntungan. Tetapi juga memperhatikan kebutuhan nasabah

seperti memberikan pelayanan yang baik demi menjaga hubungan baik dan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap bank.

Pengaplikasian beberapa strategi diatas terbukti bahwa bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan mampu mendapatkan saldo deposito yang meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan saldo deposito dari tahun ke tahun merupakan hasil yang didapat dari kerja keras para pegawai divisi funding bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan dengan menggunakan strategi – strategi yang diterapkan diatas. Berikut tabel saldo deposito nasabah Bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan.

Tabel IV. 1
Jumlah Dana Deposito Mudharabah

No	Tahun	Deposito	Giro	Tabungan
1	2014	Rp. 11.398.745.000,-	Rp.1.093.535.000,-	Rp. 1.958.437.000,-
2	2015	Rp. 12.425.541.000.-	Rp.1.890.643.000,-	Rp. 2.514.096.000,-
3	2016	Rp. 14.334.520.000.-	Rp.2.359.767.000,-	Rp. 3.654.865.000,-

Sumber : Dokumen Bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan

Berdasarkan tabel IV.1 dapat kita ketahui bahwa saldo deposito pada Bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan pada tahun 2014 sebesar Rp. 11.398.745.000,-. Pada tahun 2015 deposito bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan mengalami peningkatan sebesar Rp. 12.425.541.000.-. dan pada tahun 2016 deposito juga mengalami peningkatan sebesar Rp. 14.334.520.000,-.

Hal ini dapat membuktikan dengan adanya peningkatan jumlah dana pihak ketiga khususnya deposito pertahunnya. Strategi tersebut sampai saat ini masih dilakukan untuk menarik minat nasabah. sehingga produk deposito BRISyariah iB mampu bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat.

2. Kendala Yang dihadapi Dalam Menghimpun Dana Deposito Mudharabah

Menghimpun dana dari masyarakat bukanlah hal yang mudah. Hal ini terbukti karena masih ada kendala yang dihadapi oleh pihak bank. Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan Ibu Cut nurul Aqla selaku Account Officer di BRI Syariah cabang S.Parman Medan, beliau menjelaskan bahwa kendala yang dihadapi dalam menghimpun dana deposito mudharabah di BRI Syariah cabang S.Parman Medan adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat masih membandingkan bunga dengan bagi hasil.
Masyarakat masih *benchmarking* ke konvensional terutama secara rasional dan bagi hasil. Jadi masyarakat masih membandingkan ke konvensional penambahan pendapatan dari investasinya dengan bunga konvensional, kalau bunga konvensional lebih besar mereka lebih memilih konvensional dibanding bank syariah.
2. Persaingan antar bank
Persaingan antar bank yang terjadi bukan hanya antara bank syariah, namun juga bank syariah dengan bank konvensional. Persaingan yang ketat membuat bank berlomba – lomba dalam menciptakan pemasaran produknya.
3. Minat calon nasabah terhadap bank syariah yang masih kurang
Hal ini menjadi kendala yang biasa terjadi di masyarakat, dan hal ini yang dirasakan pihak BRI Syariah cabang S.Parman Medan yang menghambat lakunya pemasaran produk deposito.
4. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah
Kendala lain yang dihadapi dalam memasarkan produk deposito adalah karena kurangnya pengetahuan/ pemahaman masyarakat yang masih rendah terhadap operasi bank syariah. Meskipun jumlah penduduk Indonesia mayoritas beragama islam, namun jumlah ini tidak menjamin keberadaan bank syariah diakui oleh masyarakat luas. Mereka secara sederhana beranggapan bahwa dengan tidak menjalankan sistem bunga, bank syariah tidak akan memperoleh pendapatan.

Untuk mengatasi kendala tersebut perlu adanya upaya yang dilakukan oleh BRI Syariah cabang S.Parman Medan. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan ibu Cut Nurul Aqla yang bertugas sebagai Account Officer di BRI Syariah beliau menjelaskan cara yang dilakukan oleh bank BRI Syariah. Adapun cara yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Perlu adanya upaya yang dilakukan pihak BRI Syariah cabang S.Parman yaitu dengan melakukan promosi produk dari rumah ke rumah, setelah itu memberi penjelasan dari produk tersebut dengan cara menawarkan berbagai kelebihan produk deposito, misalnya saja adanya hadiah, tingginya tingkat bagi hasil, pelayanan yang cepat, dan kemudahan lainnya yang bisa diperoleh ketika nasabah membuka rekening deposito BRISyariah iB.
2. Adanya sosialisasi dan edukasi dari pihak bank agar masyarakat atau calon nasabah dapat memahami dan mengerti tentang perbankan syariah. Dan bank syariah harus membuat strategi edukasi dan sosialisasi yang mampu mengenalkan bank syariah kepada seluruh segmen masyarakat yang salah satu caranya dapat dilakukan dengan mendekati masyarakat di suatu daerah tertentu yang memiliki massa dan jaringan luas untuk memperkenalkan bank syariah.

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat menganalisis bahwa dengan kendala yang dihadapi dalam menghimpun dana deposito, bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan mampu mengatasi kendala tersebut dan dapat dibuktikan dengan tetap meningkatnya jumlah dana pihak ketiga khususnya deposito pertahunnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan penulis pada Bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Bahwa strategi yang dilakukan BRI Syariah cabang S.Parman Medan dalam penghimpunan dana deposito mudharabah itu sudah berjalan dengan bagus atau baik, hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah nasabah yang dari tahun ke tahun jumlahnya meningkat. Adapun strategi penghimpunan dana yang dilakukan oleh bank BRI Syariah cabang S. Parman Medan untuk memasarkan produk penghimpunan dana deposito Mudharabah, diantaranya adalah lebih memfokuskan kepada strategi pemasaran, menjaga hubungan baik dengan masyarakat (*Public Relations*), dan promosi.
2. Bahwa dengan kendala yang dihadapi oleh bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan dalam menghimpun dana deposito, seperti masyarakat yang masih cenderung ke bank konvensional dikarenakan bunga bank konvensional lebih besar dan menjanjikan kepada mereka, akan tetapi bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan mampu mengatasi kendala tersebut dan tetap meningkatkan jumlah dana pihak ketiga khususnya deposito pertahunnya.

B. Saran

Adapun saran – saran yang dapat penulis sampaikan antara lain:

1. Hendaknya BRI Syariah cabang S.Parman Medan meningkatkan kinerja dengan berbagai cara, seperti mengadakan workshop atau seminar – seminar mengenai produk – produk yang ada di bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan, sehingga dengan diadakannya workshop atau seminar tersebut akan mudah menarik minat calon nasabah untuk bergabung pada bank BRI Syariah cabang S.Parman Medan.

2. Diharapkan kepada BRI Syariah cabang S.Parman Medan memberikan kemudahan kepada calon nasabah dalam hal sistem atau prosedur dari setiap produk yang ditawarkan, namun tetap menyertakan aspek keamanan untuk kedua belah pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Cet. ke-1* Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto dan Suharsimi, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta. Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Burhanuddin, Susanto. 2008. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta. UUI Press.
- Basrowi dan Suwandi. 2011. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta. Rineka Cipta.
- David, Fred R. 2009. *manajemen Strategi Konsep Buku Dua*. Jakarta. Salemba Empat.
- Draft.Richard L, 2007. *Management*. Jakarta. Salemba Empat.
- Fandi Jtiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, ANDA.
- Husein, Umar. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategik: Cara Mudah Meneliti Masalah – Masalah Manajemen Strategik Untuk Skripsi, Tesis, dan Praktik Bisnis*, Jakarta. Rajawali Pers.
- Ira. M. Lapidus. 2006. , *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta. Balai Pustaka.
- Ismail, 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta. Kencana.
- Karim, Adiwarmam. 2010. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* Ed. 4. Cet. 7. Jakarta. RajaGrafindo Persada.
- Kasmir, 2012. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Ed.6. Jakarta. PT. Raja Grafindo.
- Kasmir. 2011. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta. Rajawali Press.
- Kasmir, 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta. Raja Grafindo.
- Kasmir. 2006. *Pemasaran Bank*. Jakarta. Penerbit kencana.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009 *Metode Riset: Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta Erlangga.
- Muchdarsyah sinangun. 2007. *Strategi Manajemen Bank*. Jakarta. PT. Rineka Cipta
- Muhamad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Ed.1. Jakarta. Rajawali Pers.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. 2014. *Akuntansi Syariah Di Indonesia Edisi 3*. Jakarta. Salemba Empat.
- Peter, J.C.et.al. 2006. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Sentot Imam Wahjono. 2007. *Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta. Gramedia.

- Sigit dan Totok Budisantoso. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta, salemba Empat.
- Stoner, Freeman dan Gilbert. 2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta. Teras.
- Yaya, Rizal dkk. 2014. *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktek Kontemporer*. Jakarta. Salemba Empat.

Sumber Website

- Agustianto, M.Ag. Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia, *Deposito Syariah: Karakteristik dan Daya tariknya*. <http://www.iaei-pusat.org>. Diakses pada 01 Januari 2017
- BRI Syariah. *Deposito Mudharabah*. <http://www.brisyariah.co.id/?q=corporate-funding>. Diakses Pada 01 Januari 2017
- Izzanizza, *Penghimpunan dana di bank syariah*. <https://izzanizza.wordpress.com>. Diakses pada 19 Desember 2016
- Otoritas Jasa Keuangan. *Statistik Perbankan Syariah*. <http://www.ojk.go.id>. Diakses pada 01 Januari 2017
- Wikipedia. *Pengertian Strategi*. <https://id.wikipedia.org/wiki/strategi>. Diakses pada 19 Desember 2016
- Sugeng. *Funding officer dan tugasnya*. <http://blog.lokerbandaaceh.com/2016/10/apa-itu-funding-officer-apa-tugas.html> diakses 1 Februari 2017.

Wawancara

- Cut Nurul Aqla. Sebagai *Account Officer* di PT. Bank BRI Syariah Cabang S.Parman Medan. Wawancara Pribadi. Medan 18 Maret 2017.
- Cici Khairunnisa. Sebagai *Account Officer* di PT. BRI Syariah Cabang S.Parman Medan. Wawancara Pribadi. Medan 18 Maret 2017.
- Rahmayati. Sebagai *Financing Administrations* di PT. BRI Syariah Cabang S.Parman Medan. Wawancara Pribadi. Medan 18 Maret 2017.

LEMBAR WAWANCARA

Narasumber : Cut Nurul Aqla
Jabatan : Account Officer
Jenis kelamin : Perempuan
Perusahaan : BRI Syariah cabang S.Parman Medan

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah ada persyaratan dan ketentuan untuk pembukaan rekening dana deposito mudharabah?	Ada, persyaratan dan ketentuan yang harus dipenuhi oleh deposan adalah nominal minimal untuk dana deposito adalah Rp. 2.500.000,- bagi perorang maupun perusahaan /badan hukum, dokumen (fotokopy) KTP yang msaih berlaku dari pengurus bagi perusahaan/ badan hokum, serta akte pendirian perusahaan beserta perubahan (jika ada), serta pengesahan departemen kehakiman surat persetujuan pengurus, SIUP dan NPWP
2. Bagaimana prosedur setoran dan penarikan penghimpunan dana deposito mudharabah?	Bagi nasabah yang sudah mempunyai rekening tabungan di BRI Syariah bisa langsung menyetor uang yang akan didepositokan ke petugas teller, akan tetapi bagi nasabah yang belum mempunyai rekening tabungan dianjurkan untuk membuka rekening tabungan dulu. Mengenai penarikan deposito mudharabah deposan bisa langsung dating ke petugas customer service dengan menyerahkan bilyet

	<p>depositonya dan persyaratan lainnya seperti KTP deposan dan lain – lain, dan petugas customer service akan memproses penarikan. Setelah diproses uang depositonya secara otomatis akan masuk ke rekening tabungan deposan.</p>
<p>3. Bagaimana penentuan nisbah bagi hasil Bank BRI Syariah dalam pelaksanaan penghimpunan dana deposito mudarabah? Apakah bank BRI Syariah cabang Medan mempunyai otoritas dalam menentukan nisbah bagi hasil?</p>	<p>Dalam penentuan nisbah bagi hasil kantor cabang tidak memiliki otoritas, yang menentukan besarnya nisbah bagi hasil adalah kantor BRI Syariah pusat. Dan penentuan nisbah bagi hasil ditentukan dengan jumlah nominal yang disetorkan untuk deposito, jangka waktu yang diambil semakin lama jangka waktunya semakin besar nisbah bagi hasilnya dan juga saldo rata – rata deposito dan total saldo rata – rata akhir bulan dari semua jenis simpanan di BRI syariah. Misalnya dalam menentukan besar nisbah bagi hasil bulan januari maka BRI Syariah akan melihat saldo rata – rata akhir bulan desember dari semua jenis simpanan dan juga pendapatan BRI syariah pada akhir bulan dari pembiayaan.</p>
<p>4. Apa saja manfaat yang didapat dari produk deposito mudarabah di Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan ?</p>	<p>Nasabah yang memiliki deposito mudharabah di BRI Syariah cabang Medan akan mendapatkan manfaat dan fasilitas. Manfaatnya adalah</p>

	<p>ketenangan dan kenyamanan investasi yang menguntungkan dan membawa berkah Karena pengelolaannya sesuai syariah. Dan fasilitas nya adalah aman karena diikutsertakan dalam program penjamin pemerintah, tersedia pilihan jangka waktu 1,3,6, dan 12 bulan, bagi hasil yang kompetitif, pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang anda dapatkan, pemindahbukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening tabungan atau giro di BRI Syariah cabang Medan, dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan pada saat diperpanjang dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.</p>
<p>5. Apakah ada peningkatan jumlah nasabah deposito mudharabah di Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan ?</p>	<p>Ada, itu bisa dilihat dari statistik perkembangan produk penghimpunan dana</p>
<p>6. Bagaimana strategi yang dilakukan Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dalam penghimpunan dana deposito mudarabah ?</p>	<p>a. Lebih memfokuskan kepada strategi pemasaran yaitu dengan cara:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memasarkan produk kepada instansi – instansi. 2. Membagikan brosur. 3. Promosi lewat spanduk. 4. Menggunakan iklan. <p>b. Menjaga hubungan baik dengan</p>

	<p>masyarakat (<i>Customer Relationship Marketing</i>) yaitu dengan cara:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. 2. Membangun kepercayaan kepada nasabah. 3. Menjalin hubungan baik dengan masyarakat (calon nasabah). <p>c. Promosi penjualan (sales Promotion) yaitu dengan cara :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan iklan melalui media elektronik ataupun cetak. 2. Mengadakan kegiatan – kegiatan berupa peragaan, demonstrasi, pertunjukan dan lain sebagainya. 3. Mengadakan acara hiburan seperti grebek pasar dan BRISyariah vaganza. 4. Mengenalkan keunggulan produk dari Deposito BRISyariah iB,
<p>7. Kendala apa saja yang dihadapi oleh Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat masih membandingkan bunga dengan bagi hasil. 2. Persaingan antar bank 3. Minat calon nasabah terhadap bank syariah yang masih kurang

	Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah
8. Apa yang akan dilakukan Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi ?	Pihak bank melakukan sosialisasi dan edukasi agar masyarakat atau calon nasabah dapat memahami dan mengerti tentang perbankan syariah. Dan bank syariah harus membuat strategi edukasi dan sosialisasi yang mampu mengenalkan bank syariah kepada seluruh segmen masyarakat yang salah satu caranya dapat dilakukan dengan mendekati masyarakat di suatu daerah tertentu yang memiliki massa dan jaringan luas untuk memperkenalkan bank syariah.
9. Setelah dana deposito terkumpul, bagaimana pengelolaan dana deposito mudharabah yang dilakukan bank BRI Syariah?	Setelah dana deposito mudharabah terkumpul, maka BRI Syariah cabang Medan selaku mitra usaha atau pengelola dana (mudharib) akan mengolah dana tersebut dengan cara meyalurkan kepada masyarakat melalui pembiayaan.

PT. BRI Syariah Cabang S.Parman Medan

Cut Nurul Aqla
Account Officer

LEMBAR WAWANCARA

Narasumber : Cici Khairunnisa

Jabatan : Account Officer

Jenis kelamin : Perempuan

Perusahaan : BRI Syariah cabang S.Parman Medan

Pertanyaan	Jawaban
1. Apakah ada persyaratan dan ketentuan untuk pembukaan rekening dana deposito mudharabah?	Persyaratan dan ketentuan nya minimal untuk dana deposito adalah Rp. 2.500.000,- bagi perorangan maupun perusahaan /badan hukum, melampirkan dokumen (fotokopy) KTP yang msaih berlaku dari pengurus bagi perusahaan/ badan hokum, serta akte pendirian perusahaan, serta pengesahan dari departemen kehakiman, surat persetujuan pengurus, SIUP dan NPWP
2. Bagaimana prosedur setoran dan penarikan penghimpunan dana deposito mudharabah?	Bagi nasabah yang sudah mempunyai rekening tabungan di BRI Syariah bisa langsung menyetor uang yang akan didepositokan ke petugas teller, akan tetapi bagi nasabah yang belum mempunyai rekening tabungan dianjurkan untuk membuka rekening tabungan dulu. Mengenai penarikan deposito mudharabah deposan bisa langsung datang ke petugas customer service dengan menyerahkan bilyet depositonya dan persyaratan lainnya seperti KTP deposan dan lain – lain, dan petugas customer service akan memproses penarikan. Setelah

	diproses uang depositonya secara otomatis akan masuk ke rekening tabungan deposan.
3. Bagaimana penentuan nisbah bagi hasil Bank BRI Syariah dalam pelaksanaan penghimpunan dana deposito mudarabah? Apakah bank BRI Syairah cabang Medan mempunyai otoritas dalam menentukan nisbah bagi hasil?	Dalam penentuan nisbah bagi hasil kantor cabang tidak memiliki otoritas, yang menentukan besarnya nisbah bagi hasil adalah kantor BRI Syariah pusat. Dan penentuan nisbah bagi hasil ditentukan dengan jumlah nominal yang disetorkan untuk deposito, jangka waktu yang diambil semakin lama jangka waktunya semakin besar nisbah bagi hasilnya dan juga saldo rata – rata deposito dan total saldo rata – rata akhir bulan dari semua jenis simpanan di BRI syariah. Misalnya dalam menentukan besar nisbah bagi hasil bulan januari maka BRI Syariah akan melihat saldo rata – rata akhir bulan desember dari semua jenis simpanan dan juga pendapatan BRI syariah pada akhir bulan dari pembiayaan.
4. Apa saja manfaat yang didapat dari produk deposito mudarabah di Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan ?	Nasabah yang memiliki deposito mudharabah di BRI Syariah cabang Medan akan mendapatkan manfaat dan fasilitas. Manfaatnya adalah ketenangan dan kenyamanan investasi yang menguntungkan dan membawa berkah Karena pengelolaannya sesuai syariah. Dan fasilitas nya adalah aman

	<p>karena diikutsertakan dalam program penjamin pemerintah, tersedia pilihan jangka waktu 1,3,6, dan 12 bulan, bagi hasil yang kompetitif, pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang anda dapatkan, pemindahbukuan otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening tabungan atau giro di BRI Syariah cabang Medan, dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan pada saat diperpanjang dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.</p>
<p>5. Apakah ada peningkatan jumlah nasabah deposito mudharabah di Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan ?</p>	<p>Ada, itu bisa dilihat dari statistik perkembangan produk penghimpunan dana</p>
<p>6. Bagaimana strategi yang dilakukan Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dalam penghimpunan dana deposito mudarabah ?</p>	<p>Promosi penjualan (sales Promotion) yaitu dengan cara :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan iklan melalui media elektronik ataupun cetak. 2. Mengadakan kegiatan – kegiatan berupa peragaan, demonstrasi, pertunjukan dan lain sebagainya. 3. Mengadakan acara hiburan seperti grebek pasar dan BRISyariah vaganza. 4. Mengenalkan keunggulan produk dari Deposito BRISyariah iB.
<p>7. Kendala apa saja yang dihadapi oleh</p>	<p>Kendala nya yaitu Minat calon</p>

Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan?	nasabah terhadap bank syariah yang masih kurang. Dan daya saing produk dengan bank lain karena bank yang lain mempunyai produk deposito. Lalu persaingan antar bank.
8. Apa yang akan dilakukan Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi ?	Untuk mengatasi hal tersebut perlu adanya upaya yang dilakukan pihak BRI Syariah Cabang S.Parman Medan yaitu dengan melakukan promosi produk dari rumah ke rumah, setelah itu menjelaskan dari produk tersebut dengan membawa brosur/ pamphlet. Dan melakukan pemasaran seefektif mungkin
9. Setelah dana deposito terkumpul, bagaimana pengelolaan dana deposito mudharabah yang dilakukan bank BRI Syariah?	Setelah dana deposito mudharabah terkumpul, maka dana tersebut akan disalurkan kepada produk lain yaitu pembiayaan.

PT. BRI Syariah Cabang S.Parman Medan

Cici Khairunnisa
Account Officer

LEMBAR WAWANCARA

Narasumber : Rahmayati

Jabatan : Financing Administration

Jenis kelamin : Perempuan

Perusahaan : BRI Syariah cabang S.Parman Medan

Pertanyaan	Jawaban
<p>1. Apakah ada persyaratan dan ketentuan untuk pembukaan rekening dana deposito mudarabah?</p>	<p>Persyaratan dan ketentuan nya minimal untuk dana deposito adalah Rp. 2.500.000,- bagi perorang maupun perusahaan /badan hukum, melampirkan dokumen (fotokopy) KTP yang msaih berlaku dari pengurus bagi perusahaan/ badan hokum, serta akte pendirian perusahaan, serta pengesahan dari departemen kehakiman, surat persetujuan pengurus, SIUP dan NPWP</p>
<p>2. Bagaimana prosedur setoran dan penarikan penghimpunan dana deposito mudarabah?</p>	<p>Bagi nasabah yang sudah mempunyai rekening tabungan di BRI Syariah bisa langsung menyetor uang yang akan didepositokan ke petugas teller, akan tetapi bagi nasabah yang belum mempunyai rekening tabungan dianjurkan untuk membuka rekening tabungan dulu. Mengenai penarikan deposito mudharabah deposan bisa langsung datang ke petugas customer service dengan menyerahkan bilyet depositonya dan persyaratan lainnya seperti KTP deposan dan lain – lain, dan petugas customer service akan memproses penarikan. Setelah diproses uang depositonya secara otomatis akan masuk ke rekening tabungan deposan.</p>

<p>3. Bagaimana penentuan nisbah bagi hasil Bank BRI Syariah dalam pelaksanaan penghimpunan dana deposito mudarabah? Apakah bank BRI Syairah cabang Medan mempunyai otoritas dalam menentukan nisbah bagi hasil?</p>	<p>Penentuan nisbah bagi hasil ditentukan dengan jumlah nominal yang disetorkan untuk deposito, jangka waktu yang diambil semakin lama jangka waktunya semakin besar nisbah bagi hasilnya dan juga saldo rata – rata deposito dan total saldo rata – rata akhir bulan dari semua jenis simpanan di BRI syariah. Misalnya dalam menentukan besar nisbah bagi hasil bulan januari maka BRI Syariah akan melihat saldo rata – rata akhir bulan desember dari semua jenis simpanan dan juga pendapatan BRI syariah pada akhir bulan dari pembiayaan. Yang menentukan nisbah bagi hasil itu adalah kantor pusat.</p>
<p>4. Apa saja manfaat yang didapat dari produk deposito mudarabah di Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan ?</p>	<p>Nasabah yang memiliki deposito mudharabah di BRI Syariah cabang Medan akan mendapatkan manfaat dan fasilitas. Manfaatnya adalah ketenangan dan kenyamanan investasi yang menguntungkan dan membawa berkah Karena pengelolaannya sesuai syariah. Dan fasilitas nya adalah aman karena diikutsertakan dalam program penjamin pemerintah, tersedia pilihan jangka waktu 1,3,6, dan 12 bulan, bagi hasil yang kompetitif, pemotongan zakat secara otomatis dari bagi hasil yang anda dapatkan, pemindahbukuan</p>

	otomatis setiap bulan dari bagi hasil yang didapat ke rekening tabungan atau giro di BRI Syariah cabang Medan, dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil sesuai kesepakatan pada saat diperpanjang dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
5. Apakah ada peningkatan jumlah nasabah deposito mudharabah di Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan ?	Ada, itu bisa dilihat dari statistik perkembangan produk penghimpunan dana
6. Bagaimana strategi yang dilakukan Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan dalam penghimpunan dana deposito mudarabah ?	Menggunakan iklan melalui media elektronik ataupun cetak. spanduk , brosur, billboard, media internet dan radio-radio. Promosi penjualan, Mengenalkan keunggulan produk yaitu produk deposito BRISyariah IB. dan Menjaga hubungan baik dengan masyarakat
7. Kendala apa saja yang dihadapi oleh Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan?	Minimnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah, dan Bagi hasil yang diterima nasabah, sebab tinggi rendahnya bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah akan menentukan minat nasabah untuk menyimpan uangnya di bank tersebut.
8. Apa yang akan dilakukan Bank BRI Syariah Cabang S. Parman Medan untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi ?	Untuk mengatasinya yaitu dengan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang apa itu bank syariah,

9. Setelah dana deposito terkumpul, bagaimana pengelolaan dana deposito mudharabah yang dilakukan bank BRI Syariah?	Setelah dana deposito mudharabah terkumpul, maka dana tersebut akan disalurkan kepada produk lain yaitu pembiayaan.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

PT. BRI Syariah Cabang S.Parman Medan

Rahmayati
Accounting Administration