# IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICER* (PBO) DI TINJAU DARI PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH* (BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER)

**SKRIPSI**

**O l e h :**

**MOH. AN'AM**
**NIM. 18540088**

**JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH**
**FAKULTAS EKONOMI**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**
**MAULANA MALIK IBRAHIM**
**MALANG**
**2020**

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICER* (PBO) DI TINJAU DARI PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH* (BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER)

## SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Univeristas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

**O l e h :**

**MOH. AN'AM**
**NIM. 18540088**

**JURUSAN S1 PERBANKAN SYARIAH**
**FAKULTAS EKONOMI**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**
**MAULANA MALIK IBRAHIM**
**MALANG**
**2020**



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN

## IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICER* (PBO) DI TINJAU DARI PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH* (BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER)

**SKRIPSI**

**O l e h :**

**MOH. AN'AM**
NIM. 18540088

Telah Disetujui, 13 Desember 2020
Dosen Pembimbing,

**Dr. Siswanto, M.Si**
**NIP. 19750906 200604 1 001**

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

**Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D.**
**NIP. 19751109199903 1 003**



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## LEMBAR PENGESAHAN

# IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICER* (PBO) DI TINJAU DARI PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH* (BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER)

## SKRIPSI

O l e h :

**MOH. AN'AM**
NIM. 18540088

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Tanggal, 22 Desember 2020

| **Susunan Dewan Penguji** | **Tanda Tangan** |
|---|---|
| 1. Ketua Penguji<br>**Rini Safitri, M.M**<br>NIP. 19930328 201903 2 029 | : …… |
| 2. Penguji Utama<br>**Nihayatu Aslamatis S, SE., M.M**<br>NIP. 19801109 20160801 2 053 | : …… |
| 3. Penguji III (Pembimbing)<br>**Dr. Siswanto, M.Si**<br>NIP. 19750906 200604 1 001 | : …… |

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

**Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D.**
**NIP. 19751109199903 1 003**



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Moh. An'am |
| NIM | : 18540088 |
| Fakultas/Jurusan | : Ekonomi/Perbankan Syariah |

menyatakan bahwa **"Skripsi"** yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul: **IMPLEMENTASI STRATEGI BAURAN PEMASARAN *PRIORITY BANKING OFFICER* (PBO) DI TINJAU DARI PERSPEKTIF *MAQASHID SYARIAH* (BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG JEMBER).**

adalah hasil karya saya sendiri, bukan **"duplikasi"** dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada **"klaim"** dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 21 Desember 2020
Hormat Saya,

METERAI TEMPEL
F3991AFF268006299
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Moh. An'am



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahhirobbilalamin wabihi nastain ala umuriddunya waddin. wassholatuwassala muala rosulilahi ajmain. amma ba'du*

*Rasa bahagia dan senang atas terselesaikanya tulisan ini dengan keadaaan sehat penuh berkah*

*semua ini terjadi atas Rahmat dan Karunia-Mu*

*Sholawat dan salam kepada Rasul-mu*

*semoga karya ini tetap menjadi amal yang mengalir bagiku dan semoga tetap bisa menjadi refrensi ekonomi syariah*



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# MOTTO

**“You Born To Make a History”**

**“Nang endi Baen Iku Tempate Kudu Biso Bermanfaat”**



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# KATA PENGANTAR

Segala puji kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat diselesaikan dengan judul "Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember".

Shalawat serta salam tetap tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari jaman kegelapan menuju jalan terang benderang, yakni Addinul Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi tidak akan terselesaikan tanpa adanya pihak bantuan, bimbingan dan sumbangsih pemikiran dari berbagai pihak. pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Dr. Siswanto, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Univeistas Islam Negeri Maulana Malik Malang, sekaligus dosen pembimbing skripsi.
4. Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibu, Bapak, Sepupu dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moril dan spiritual.
7. Bapak Jumartono selaku Area Funding Transaction Manager Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember.



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

8. Mas Memed, Mbak Shinta, Mas Andri selaku karyawan Priority Banking Officer Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember, sekaligus informan yang diwawancari.
9. Seluruh karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
10. Teman-teman Ekonomi Angkatan 2016 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
11. Dan seluruh pihak yang terkait dan terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

akhirnya, dengan segala kerendahan hati yang penulis tuaikan tinta skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penelitian ini. penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya robbal ‘Alamin.

Malang, 1 November 2020

Penulis



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# DAFTAR ISI

**HALAMAN SAMPUL DEPAN**
**HALAMAN JUDUL** .....i
**HALAMAN PERSETUJUAN** ..... ii
**HALAMAN PENGESAHAN** ..... iii
**HALAMAN PERNYATAAN** .....iv
**HALAMAN PERSEMBAHAN** .....v
**HALAMAN MOTTO** .....vi
**KATA PENGANTAR** ..... vii
**DAFTAR ISI** .....ix
**DAFTAR TABEL** .....xi
**DAFTAR GAMBAR** ..... xii
**DAFTAR LAMPIRAN** ..... xiii
**ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab)** .....xiv
**BAB I PENDAHULUAN**
1.1 Latar Belakang .....1
1.2 Rumusan Masalah.....9
1.3 Tujuan Penelitian .....9
1.4 Manfaat Penelitian .....10
1.5 Batasan Penelitian .....10
**BAB II KAJIAN PUSTAKA**
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....12
2.2 Kajian Teoritis .....19
2.2.1 Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) .....19
2.2.2 Konsep Strategi Bauran Pemasaran .....19
2.2.3 Pengertian Strategi Bauran Pemasaran .....19
2.2.4 Unsur-unsur Strategi Bauran Pemasaran .....20
2.2.5 *Priority Banking Officer* (PBO) .....30
2.2.6 Konsep *Priority Banking Officer* .....30
2.2.7 Pengertian *Priority Banking Officer* .....30
2.2.8 Layanan *Priority Banking Officer* .....30
2.2.9 Urgensi *Priority Banking Officer* .....35
2.2.10 Pengertian *Maqashid Syariah* .....36
2.2.11 Tujuan *Maqashid Syariah* .....37
2.2.12 Urgensi *Maqashid Syariah* .....46
2.3 Kerangka Berfikir .....49
**BAB III METODE PENELITIAN**
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian .....50



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3.2 Lokasi Penelitian .....51
3.3 Subyek Penelitian .....51
3.4 Deskripsi Informan .....52
3.5 Data dan Jenis Data .....54
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....55
3.7 Analisis Data .....56
**BAB VI PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL**
4.1. Paparan Data .....58
4.1.1. Sejarah PT Bank Syariah Mandiri .....58
4.1.2. Profil PT Bank Syariah Mandiri .....59
4.1.3. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri .....60
4.1.4. Struktur Organisasi .....64
4.1.5. *Job Description* .....65
4.1.6. Keunggulan Perusahaan .....67
4.1.7. Struktur *Priority Banking Officer* .....68
4.1.8. Pembahasan Wawancara Informan .....70
4.1.9. Klarifikasi Tema .....88
4.2. Urgensi *Maqashid Syariah* .....107
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian .....109
4.3.1. Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember .....109
4.3.2. Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Ditinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember .....117
1. Product .....117
2. Price .....119
3. Promotion .....121
4. Place .....123
5. People .....124
6. Proccess .....125
7. Physical Evidence .....126
**BAB V PENUTUP**
5.1. Kesimpulan .....128
5.2. Saran .....128
**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu ..... 12
Tabel 4.1 Makna Detail Visi Bank Syariah Mandiri ..... 60
Tabel 4.2 Misi dan Maknanya Bank Syariah Mandiri ..... 60
Tabel 4.3 Penjelasan Bank Syariah Mandiri Shared Value ..... 61
Tabel 4.4 Deskripsi Informan ..... 70
Tabel 4.5 Hasil Reduksi dan Triangulasi Tema ..... 98



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir ..... 49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi ..... 64
Gambar 4.2 Penilaian CGC Bank Syariah Mandiri ..... 67
Gambar 4.3 Struktur Priority Banking Officer Bank Syariah Mandiri Jember ... 68



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawanacara dengan Shinta

Lampiran 2 Hasil Wawanacara dengan M Dwiyanto

Lampiran 3 Hasil Wawanacara dengan Jumartono

Lampiran 4 Hasil Wawanacara dengan M.A Birbik

Lampiran 5 Biodata Penulis

Lampiran 6 Bukti Konsultasi

Lampiran 7 Bukti Observasi

Lampiran 8 Bukti Surat Bebas Plagiarisme



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# ABSTRAK

Moh An'am. 2020, SKRIPSI. Judul: "Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* (Pbo) Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* (Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember)"
Pembimbing : Dr. Siswanto, M.Si
Kata Kunci : Bauran Pemasaran, PBO, *Maqashid Syariah*,

Otoritas Jasa Keuangan mengatakan bahwa pangsa pasar perbankan syariah mengalami penurunan menjadi 4.67%. di tahun 2015 serta belum mencerminkan potensi perbankan syariah. Terdapat setidaknya tujuh masalah yang dapat menghambat laju perbankan syariah, utamanya dalam faktor pemasaran. Namun di tahun 2019 Direktur Penelitian dan Pengembangan Pengaturan Perbankan Syariah, menyatakan *market share* bank syariah menembus 5,94%. Hal tersebut disebabkan karena penerapan strategi pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO). Pelaksanaan strategi pemasaran tersebut merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan *market share* dan asset perbankan syariah. Serta dalam proses pemasarannya, perbankan syariah tentunya memiliki tujuan dan strategi dengan maksud-maksud berlandaskan syariah (*Maqashid Syariah*) atau bukan semata-mata bersifat materi.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis implementasi strategi bauran pemasaran *Priority Banking Officer* pada Bank Syariah Mandiri Jember di tinjau dari perspektif *maqashid syariah*. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif yang terdiri dari tiga alur kegatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari wawancara dengan kepala bagian *Area Funding Transaction Manager (AFTM), Priority Banking Officer (PBO), dan Priority Banking Representative* serta hasil observasi lapangan di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

Hasil penelitian data kualitatif Impementasi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* menunjukkan bahwa Bank Syariah Mandiri Jember mengimplementasikan prinsip *maqashid syariah* dalam penerapan stratergi bauran pemasaran yang dilakukan, diantaranya pada sektor (7P): 1) Produk; 2) *Price* (harga); 3) Promosi; 4) *Place* (tempat); 5) *People* (masyarakat); 6) Proses; serta 7) *Physical Evidence* (keadaan lingkungan).



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# ABSTRACT

Moh An'am. 2020, *Thesis*. *Title*: *"Implementation of Marketing Mix Strategy Priority Banking Officer (Pbo) Viewed From the Perspective of Maqashid Syariah (Bank Syariah Mandiri Branch Office Jember)"*
*Advisor* : Dr. Siswanto, M.Si
*Keywords* : *Marketing Mix, PBO, Maqashid Syariah*

*The Financial Services Authority said that the Islamic banking market share had decreased to 4.67%. in 2015 and did not reflect the potential of Islamic banking. There are at least seven problems that can hinder the pace of Islamic banking, mainly in marketing factors. However, in 2019 the Director of Research and Development for Islamic Banking Regulations, stated that the market share of Islamic banks reached 5.94%. This is due to the implementation of the Priority Banking Officer (PBO) marketing strategy. The implementation of this marketing strategy is an effort to increase the market share and assets of Islamic banking. As well as in the marketing process, Islamic banking certainly has goals and strategies with the intentions of being based on Sharia (Maqashid Syariah) or not merely material things.*

*The purpose of this study is to analyze the implementation of the Priority Banking Officer Marketing Mix strategy at Bank Syariah Mandiri strategy by reviewing it from the perspective of Maqashid Syariah. The analysis used in this research is qualitative data analysis which consists of three flow activities that occur simultaneously, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. This study uses primary data taken from interviews with the head of the Area Funding Transaction Manager (AFTM), Priority Banking Officer (PBO), and Priority Banking Representative as well as the results of field observations at Bank Syariah Mandiri, Jember Branch.*

*The results Implementation Of Marketing Mix Priority Banking Officer by Reviewing it from The perpective Maqashid Syariah showed that Bank Syariah Mandiri Jember implemented the Maqashid Syariah principles in the implementation of the marketing mix strategy, including in the sector (7P): 1) Products; 2) Price (price); 3) Promotion; 4) Place (place); 5) People (community); 6) Process; and 7) Physical Evidence (environmental conditions).*



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## المستخلص


موه أنعام. 2020 ، أطروحة. العنوان: "تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي لموظف الخدمات المصرفية ذات الأولوية (Pbo) ينظر إليه من منظور مقاصد الشريعة (الشريعة منديري في جمبر)"

المستشار: د. سيسوانتو ، M.Si

الكلمات المفتاحية: المزيج التسويقي ، PBO، المقاصد الشريعة ،

---

قالت هيئة الخدمات المالية إن الحصة السوقية للصيرفة الإسلامية تراجعت إلى 4.67٪. 2015 ولم تعكس إمكانات الصيرفة الإسلامية. هناك ما لا يقل عن سبع مشاكل يمكن أن تعيق وتيرة العمل المصرفي الإسلامي ، خاصة في عوامل التسويق. ومع ذلك ، صرح مدير البحث والتطوير للوائح المصرفية الإسلامية في عام 2019 أن الحصة السوقية للمصارف الإسلامية بلغت 5.94٪. ويرجع ذلك إلى تنفيذ استراتيجية التسويق لمسؤول الخدمات المصرفية المميزة .(PBO) إن تنفيذ هذه الإستراتيجية التسويقية هو محاولة لزيادة الحصة السوقية وأصول الخدمات المصرفية الإسلامية. بالإضافة إلى عملية التسويق ، فإن الصيرفة الإسلامية لها بالتأكيد أهداف واستراتيجيات تهدف إلى أن تكون مبنية على أساس الشريعة (مقاصد الشريعة) أو ليست مجرد أشياء مادية.

الغرض من هذه الدراسة هو تحليل تنفيذ استراتيجية مزيج التسويق لموظف الخدمات المصرفية المميزة في استراتيجية بنك شريعة المنديري من خلال مراجعتها من منظور مقايد الشريعة. التحليل المستخدم في هذا البحث هو تحليل بيانات نوعي يتكون من ثلاثة أنشطة تدفق تحدث في وقت واحد ، وهي تقليل البيانات وعرض البيانات واستخلاص النتائج. تستخدم هذه الدراسة البيانات الأولية المأخوذة من المقابلات التي أجريت مع رئيس إدارة معاملات تمويل المنطقة (AFTM) ، ومسؤول الخدمات المصرفية المميزة (PBO) ، وممثل الخدمات المصرفية المميزة بالإضافة إلى نتائج الملاحظات الميدانية في بنك شريعة مانديري ، فرع جمبر.

وأظهرت النتائج أن بنك الشريعة منديري جمبر طبق مبادئ مقاصد الشريعة في تنفيذ استراتيجية المزيج التسويقي ، بما في ذلك في القطاع (7 (1 :(Pالمنتجات ؛ 2) السعر (السعر) ؛ 3) الترويج ؛ 4) المكان (المكان) ؛ 5) الناس (المجتمع) ؛ 6) العملية ؛ و 7) الدليل المادي (الظروف البيئية)




CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Perkembangan perbankan syariah pada era reformasi ditandai dengan disetujuinya Undang-undang No 10 Tahun 1998. Dalam Undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah, undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah (Antonio, 2001).

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu wujud permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang tidak hanya menyediakan jasa perbankan/ keuangan yang sehat juga memenuhi prinsip-prinsip syariah (Ansori, 2013). Sejak disahkanya peraturan perundang-undangan tahun 1998 lembaga perbankan syariah telah menunjukkan perkembangan yang cukup pesat sehingga tercatat dalam jajaran keuangan Internasional berada pada peringkat ke-9 sembilan (Narasumber Diskusi Publik, Sri Direktur BI). Dengan kepemilikan lembaga sejumlah 13 Bank Umum Syariah dan 34 Unit Usaha Syariah (Statistik Perbankan Syariah, 2019).

Menurut Dewan Komisaris Pengawas Perbankan OJK, Mulya Siregar (2016) mengatakan bahwa pangsa pasar (*market share*) perbankan syariah menembus 4.89% pada akhir 2014. pada bulan maret dan april 2015 *market share* turun menjadi 4.67%. Pergerakan ini terbilang lambat bahkan mengalami penurunan dan prestasi yang diraih belum mencerminkan potensi perbankan syariah (Nurkotimah,



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2017). Terdapat setidaknya tujuh masalah yang dapat menghambat laju perbankan syariah. Pertama, belum sejalanya visi dan minimnya koordinasi antar pemerintah dan otoritas dalam pengembangan perbankan syariah. Kedua sekuritas asset perbankan syariah kecil (akan ketersediaan dana bagi bank-bank syariah). Ketiga, memperhatikan kualitas semua asset bank. Keempat, mempercepat permodalan dan skala usaha bank syariah. Kelima, adanya persaingan dalam mengumpulkan dana nasabah, terlebih dana murah. Keenam, penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) bank syariah harus memprioritaskan penciptaan sumber daya manusia yang kompeten, professional dan berkualitas dibidang perbankan. Ketujuh, meningkatkan teknologi pada sistem keuangan syariah (Mighfari, 2018).

Beberapa permasalahan diatas merupakan permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran. Seperti dalam permasalahan pada point Keempat, mempercepat permodalan dan skala usaha bank syariah. Kelima, adanya persaingan dalam mengumpulkan dana nasabah, terlebih dana murah. Keenam, penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) bank syariah harus memprioritaskan peniptaan sumber daya manusia yang kompeten, professional dan berkualitas dibidang perbankan. Ketujuh, meningkatkan teknologi pada sistem keuangan syariah. Strategi pemasaran perbankan syariah adalah salah satu kunci untuk mengembangkan bisnis syariah. Untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi baik didalam maupun diluar lingkungan perusahaan sehubungan dengan semakin ketatnya persaingan dunia bisnis (Assauri, 2004).

*American Marketing Association (AMA)* mendefinisikan pemasaran suatu fungsi organisasi dan serangkain proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan jangka pendek maupun jangka panjang dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentinganya. Menurut Hurriyati (2008) pemasaran jasa merupakan proses penyelarasan sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan pesaing melalui strategi bauran pemasaran *(marketing mix).* Kesimpulan diatas menegaskan bahwa tujuan dari bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah hal yang sangat menarik dan juga merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia (Danupranata, 2013).

Bauran pemasaran merupakan cara dimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumen yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang konkret. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 4 macam, yaitu tindakan mengenai produk, harga, distribusi atau penempatan produk dan promosi (Gitosudarmo, 2001). Pemasaran jasa orientasinya lebih kepada kepuasan nasabah. Untuk itu pemasaran jasa perlu memperhatikan unsur lainya yaitu *people*, *physical*, *evidence* dan *process*. Pelayanan yang baik dari penyedia jasa *(people)* akan membentuk suatu *physical evidence* pada pelanggan akibat proses pemberian jasa yang dilakukan sangat baik. Dari *physical evidence* yang telah terbentuk memungkinkan untuk peningkatan jumlah pelanggan yang ingin menggunakan jasa layanan yang sama. Kesimpulan diatas menegaskan bahwa tujuan dari strategi pemasaran adalah menciptakan hubungan istimewa antara nasabah dengan bank

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dijalin secara terus menerus baik jangka panjang maupun jangka pendek untuk meningkat *market share* perbankan (Laila, 2011).

Lembaga perbankan adalah bisnis pelayanan (*services*) dan kepercayaan (*trust*), bisnis jasa yang berdasarkan azas kepercayaan sehingga perlu penekanan pada saluran distribusi dalam bauran pemasaran jasa. Di samping itu, Pemasaran jasa sangat dipengaruhi oleh interaksi antara produsen dan konsumen serta nilai tambah *good corporate governance* perusahaan bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena *Good Corporate Governance* (GCG) membentuk pola kerja manajemen yang Bersih, Transparan, dan Professional (BTP) serta menghindari *fraud* (kecurangan). Implementasi secara konsisten akan menarik minat investor, baik domestik maupun asing (Gozali, 2012). GCG menjadi pemikat terhadap nasabah dan menjadikan hubungan antara karyawan dan calon nasabah terbentuk, bukan sekedar hubungan biasa saja tetapi lebih erat lagi sehingga menjadi "*client relationship*" (Effendi, 2009).

Selain sebab diatas tujuan jangka panjang menyangkut strategi pemasaran lembaga perbankan. yakni, pemasaran merupakan transaksi hubungan penjual dan pembeli, perlu menciptakan hubungan jangka panjang. Sehingga terciptanya nasabah loyal menjadi nasabah seumur hidup *(long life loyalty).* Setelah itu, perbankan mengenali dengan baik nasabah yang potensial yang diharapkan dapat memberi keuntungan sepanjang masa (Kotler, 2006).

Dalam kaitan ini, sebuah bank mengeluarkan layanan prioritas, bentuk layanan yang diberikan kepada pangsa pasar premium. Segmen nasabah demikian sangat penting bagi perusahaan, karena dana yang ditanamkan diperusahaan sangat

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

besar. Oleh karena itu penting untuk menjadikanya sebagai bagian dari pada strategi perusahaan (Johannes, 2009).

Direktur Penelitian dan Pengembangan Pengaturan Perbankan Syariah, Deden Firman (2019) menyatakan saat ini *market share* bank syariah sudah menembus 5,94%, per Oktober 2019 yakni mencapai 513 triliun (Data OJK:2019). Kenaikan aseet bank syariah di dorong dari pertumbuhan pembiayaan sebesar 345,28 triliun dan dana pihak ketiga (DPK) yang naik menjadi 402,36 triliun. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memproyeksikan pertumbuhan pangsa pasar bank syariah terus meningkat sebesar 20% sejalan dengan rencana jangka panjang yakni regulator POJK nomor 28 tahun 2019 tentang pengembangan bank syariah. Terkait hal itu, yang menjadi titik fokus yakni pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) perseorangan nasabah prioritas. Dari data tersebut menunjukkan bahwa nasabah prioritas memiki potensi yang sangat besar pada perbankan syariah sehingga penerapan strategi pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) menjadi sangat perlu dan krusial untuk di terapkan. Pelaksanaan strategi pemasaran tersebut merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan *market share* dan asset perbankan syariah.

Selain itu, Nilam (2012) berpendapat bahwa kebutuhan untuk menerapkan strategi bauran pemasaran dirasakan sangat kuat dalam industri perbankan. Situasi eksternal persaingan perbankan semakin kompleks dan kepuasan nasabah menjadi kunci keberhasilan pemasaran. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) bahwa kondisi saat ini konsumen akan semakin pintar, minta dilayani secara pribadi, minta terlibat dalam pengembangan suatu produk, makin sensitif dan makin tidak loyal pada merek tertentu. Selain perbankan konvensional, perbankan syariah merupakan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

salah satu perusahaan yang menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Hal ini selaras dengan temuan Umma (2014) dalam penelitianya penerapan strategi pemasaran bauran pemasaran tersendiri yang tersusun dalam standar operasional Bank Syariah Mandiri mengalami peningkatan jumlah nasabah priority setiap tahunnya.

Menurut Nilam (2012) dalam penelitianya strategi pemasaran perbankan syariah menyatakan bahwa strategi pemasaran syariah memiliki tujuan lebih dari pada strategi pemasaran perbankan konvensional. Sedangkan tujuan mendasar dari strategi pemasaran perbankan syariah adalah untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum islam. Hal ini dikarenakan alasan untuk menciptakan koorporasi islam dan untuk membedakan diri dari pemasaran perbankan konvensional. Prinsip-prinsip ini mempunyai konsep tidak hanya *profit oriented* melainkan *syariah oriented.*

Dalam hal ini orientasi perbankan syariah selaras antara kepentingan duniawi dengan kepentingan ukhrawi. Belakangan ini maraknya kasus pembobolan bank konvensional berjumlah miliaran. Dalam tulisan Dosen ABFI Perbankan Syariah Indra Siswanti (2011) mengangkat kasus terkait pembobolan bank yang menimpa *City Bank* dan Bank Mega. Di *City Bank*, pembobolan melibatkan *Senior Relationship Manager* yang berhasil membawa uang nasabahnya sebesar 17 miliar bahkan diperkirakan melebihi jumlah tersebut. Sementara itu, di Bank Mega pembobolan deposit *on call* PT Enulsa sebesar 111 miliar serta uang milik Pemerintah Kabupaten Sumut sebesar 80 miliar diduga melibatkan pejabat bank tersebut. Hubungan antara *privat banking officer* dengan nasabahnya, sudah

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

melebihi dari keluarga sendiri akibatnya seorang nasabah percaya apapun yang dilakukan oleh pejabat yang bersangkutan.

Makna dari pernyataan diatas ialah *priority banking officer* diperuntukkan kepada nasabah yang menanamkan dana lebih kepada bank. Penanaman dana lebih dinamakan nasabah prioritas. Dalam hal ini, hubungan nasabah dengan karyawan akrab sekali. Akan tetapi nasabah harus mengenal betul karyawan dan integritasnya. Sebaik apapun hubungan akrab harus sesuai dengan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) karena mentalitas karyawan rendah (pembobolan) maka reputasi bank yang akan rusak.

Jika dilihat dari pernyataan-pernyataan diatas, maka perbankan syariah adalah sebuah lembaga yang berbeda dan unik dari pada lembaga keuangan konvensional. Didalam UU Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008 bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Islam tidak hanya mengajarkan mengenai hal yang bersifat muamalah saja melainkan juga mengatur aturan bisnis yang berlandaskan iman dan berasaskan akidah (OJK, 2016). Pernyataan ini sejalan dengan perbankan syariah didirikan tidak hanya berorientasi pada profit saja melainkan *syariah oriented*. Bank syariah tentu memiliki tujuan dan strategi berbeda dibandingkan dengan institusi lainya. Tujuan dari syariah atau dikenal dengan maksud-maksud syariah (*maqashid syariah*) adalah bukan semata-mata bersifat materi. Tapi, tujuan itu berlandaskan pada konsepnya sendiri yakni kesejahteraan manusia dan kehidupan yang lebih baik (Nasuka, 2017).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Sebagai sebuah institusi lembaga keuangan syariah, perbankan syariah tentunya memiliki tujuan-tujuan dan strategi berbeda dari lembaga yang lainya. Tujuan *maqashid syariah* adalah bukan semata-mata bersifat materi. Justru tujuan-tujuan itu didasarkan pada konsep-konsepnya sendiri dan mengenai kesejahteraan manusia dan kehidupan yang lebih baik (Mighfari, 2017).

Untuk menuju kesejahteraan manusia dan kehidupan yang lebih baik diperlukan sebuah implementasi ahklaqul karimah dalam setiap aspek dan kegiatan usaha yang merupakan perwujudan dari penegakan iman dan takwa, dengan memperhatikan hubungan yang baik dan komprehensif, mencakup seluruh kepentingan *stakeholder* dan lingkungan sekitar. Pelaksanaan kegiatan sebuah bisnis syariah yang dipandu oleh ahklaqul karimah di tujukan untuk menciptakan dan memelihara kebaikan semua, sebagaimana tujuan dari ketentuan syariah adalah terwujudnya keberkahan dan kasih sayang bagi semesta alam (*rahmatan lil alamin*). Wujud nyata dari kerahmatan syariah adalah tercapainya sasaran syariah (*maqashid syariah*) dalam bentuk realisasi dan terpeliharanya kemaslahatan secara totalitas yang meliputi aspek spiritual (*hifzh din*), aspek intelektual (*hifzh aql*), aspek material (*hifzh maal*), aspek keamanan hidup (*hifzh nafs*), dan aspek regenerasi dan keluarga (*hifzh nasl*). Sehingga penggunaan nilai-nilai *maqashid syariah* diperlukan untuk menerjemahkan berbagai implementasi kerja yang berlaku pada perbankan syariah (Fauziyah, 2017).

Dengan demikian perbankan syariah yang memiliki maksud-maksud syariah (*maqashid syariah*) didalam menjalankan aktivitas bisnisnya haruslah menjaga agama, jiwa, akal, kehormatan atau keturunan, dan harta. Sehingga dalam

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pelaksanaan strategi pemasaran dalam menjalin hubungan kepada nasabah diperlukan tinjauan *maqashid syariah* terhadap perbankan syariah. Sehingga dari penjabaran diatas maka penelitian ini mengambil judul **"Implementasi Strategi Buaran Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Ditinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* (Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Jember).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan sebuah masalah yang akan dibahas sebagai:

1. Bagaimana Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Di Bank Syariah Mandiri?
2. Bagaimana Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* Bank Syariah Mandiri?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan sebuah tujuan masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Mengetahui Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* Di Bank Syariah Mandiri.
2. Mengetahui Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* Ditinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* Bank Syariah Mandiri.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## 1.4 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan rumusan dan tujuan penelitian seperti yang telah dikemukakan diatas, maka hasil penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1.4.1 Akademis

a. Memberikan pengetahuan dan pengalaman terhadap suatu masalah sesuai dengan ilmu yang telah didapat pada masa perkuliahan

b. Penelitian dikerjakan untuk memberikan ilmu tentang strategi bauran pemasaran *priority banking officer* di perbankan syariah yang ditinjau dari perpsektif *maqashid syariah*

1.4.2 Praktis

a. Penulis berharap agar penelitian ini dapat menambah kualitas penerapan strategi bauran pemasaran *priority banking officer* di lembaga perbankan syariah di tinjau dari perspektif *maqashid syariah*

*b.* Untuk acuan pada peneliti selanjutnya tentang implementasi strategi bauran pemasaran *priority banking officer* di perbankan syariah di tinjau dari perspektif *maqashid syariah*

## 1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian masalah yang diangkat dalam penelitian ini terlalu luas jika diteliti secara menyeluruh. Maka dari itu agar masalah tidak melebar peneliti hanya meneliti bauran pemasaran menurut Lupiyoadi (2014) yakni alat pemasar yang terdiri dari program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implemetasi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

strategi bauran pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sukses dan lancar yang di tinjau dari perspektif *maqashid syariah*. Selain itu peneliti juga membatasi objek yang diteliti dalam hal ini peneliti mengambil Bank Syariah Mandiri cabang Jember sebagai objek penelitian.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA

## 2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan topik yang diangkat dalam penelitian merupakan suatu acuan yang penting, sehingga peneliti mengumpulkan penelitian-penelitian terdahulu yang sekiranya relevan dengan penelitian ini. Berikut paparan yang telah penulis sajikan terkait dengan penelitian terdahulu:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

| No | Nama, Tahun, Judul Penelitian | Tujuan Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Umma, 2014, Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Mandiri Syariah | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjaring nasabah prioritas dengan menggunakan layanan istimewa dan memaksimalkan strategi pemasaran yang optimal agar dapat diminati oleh nasabah prioritas | Menggunakan metode deskriptif-kualitatif, fokusnya adalah melalui strategi pemasaran mendapatkan gambaran secara menyeluruh terkait bentuk, fungsi, makna, dan kriteria dari nasabah prioritas | Bank Syariah Mandiri mempunyai strategi promosi yang bersifat ATL (*Above The Line*) dan BTL (*Below The Line*) strategi ini berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah priority. Dalam hal ini, strategi promosi yang diterapkan mengacu pada nasabah *resisting*, dan nasabah potensial |
| 2. | Abdullah, 2017, Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Griya di PT Bank Syariah Mandiri | Untuk mengetahui proses strategi bauran pemasaran dalam produk Griya | Kualitatif Deskriptif | Dari hasil penelitian PT Bank Syariah Mandiri Kantor Area Denpasar dalam menjalankan bauran pemasaran |



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | Kantor Area Denpasar | yang ada di Kantor Area Denpasar | | menggunakan 7P yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Proses (*Procces*), Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*) pada segmentasi pasar dan sasaran yang dituju |
| 3. | Marhan, 2018, *Marketing Strategy of PT Bank Syariah Mandiri Branch of Gresik and PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Branch of Sidoarjo* | Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank Rakyat Indonesia Syariah serta menganalisis perandingan strategi pemasaran yang digunakan oleh kedua bank syariah tersebut | Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh BSM dan BRIS dalam memasarkan produknya adalah dengan menggunakan *targeting, positioning,* dan *differentiation* (produk unggulan). Dan kedua menerapkan konsep Bauran pemasaran 4P (*product, proce, place,* dan *promotion*) dengan menerapkan aspek syariah (*rabbaniyah, akhlaqiyah, al waqi'iyah*, dan *insaniyah*) |
| 4. | Hurriyati, 2008, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen | Bauran pemasaran akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan | Metode pengambilan sampling yang digunakan berdasarkan Teknik non- | Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk, harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | semua itu ditujukan untuk mendapatkan loyalitas konsumen. | probability yaitu purposive sampling, dimana sampling dipilih secara sengaja dan menggunakan metode analsisis regresi linier berganda | dan promosi, tempat tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan produk, harga, dan tempat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dalam aspek promosi lemah terhadap loyalitas konsumen maka perlu adanya management dan meningkatkan peran promosi dalam strategi pemasaran |
| 5. | Hashim, Hamzah, 2013, *7p's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix* | Tujuan dari jurnal ini adalah untuk mengetahui relevansi strategi bauran pemasaran dengan manajemen islam kontemporer | Pengembangan dan kesimpulan dari jurnal ini sebagai salah satu integrasi antara bauran pemasaran dengan manajemen islam | Hasil penelitian ini adalah pespektif islam terhadap 7p seharusnya tidak lepas dari bauran pemasaran yang kontemporer, integrase kedua pemasaran ini akan membawa pemahaman mendalam pada setiap elemen dari 7p yang cocok untuk pemahaman manajemen islam dan perilaku pelanggan non muslim |
| 6. | Husaini, 2017, Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah | Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah strategi bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, dan promosi | Menggunakan metode alat analisis regresi linier berganda | Hasil penelitian menunjukkan beberapa aspek strategi bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, dan promosi mempunyai pengaruh |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | dapat mempengaruhi keputusan untuk menjadi pelanggan perbankan syariah | | signifikan terhadap keputusan untuk menjadi pelanggan perbankan islam. |
| 7. | Johannes, 2009, *The Analysis of Priority Customer Satisfaction Based On Marketing Mix Atribute* | Penelitian ini bertujuan menjelaskan kepuasan konsumen BCA priority dari impelemtasi instrument bauran pemasaran | Menggunakan model Diagram Kartesius digunakan untuk menganalisis antara apa yang dialami (*attribute marketing*) terhadap pentingnya nasabah | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan telah puas pada atribut pemasaran. Produk, *place, promotion, people, proses dan physical evidence.* Akan tetapi pelanggan tidak puas terhadap harga (*price*) |
| 8. | Al Hafidh DKK, 2019, *UAE Islamic Banking Promotional Strategic:An Emperial Review* | Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan, mengukur dan memvalidasi teknik promosi yang diadopsi leh bank-bank islam dan dampaknya pada minat konsumen pada produk layanan perbankan syariah di UEA (Unit Emirat Arab) | Studi empiris ini menggunakan data kuesioner yang disebar secara acak kepada pelanggan pemimpin bank islam di UEA. Model regresi berganda menggunakan spesifikasi efek random | Hasil empiris menunjukkan bahwa strategi promosi yang diimplementasikan oleh sektor perbankan islam UEA signifikan terhadap produk dan layanan perbankan syariah. Penggunaan media massa telah terlaksana tapi tidak sepenuhnya. Sedangkan media sosial sebagai alat promosi diprediksi akan lebih meningkatkan daya saing perbankan syariah di UEA. |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 9. | al Syarif DKK, 2016, *The Effet of Promotion Strategy in The Jordanian Islamic Banks On a Number of Customer* | Penelitian ini bertujuan untuk mengenali pengaruh strategi promosi di bank syariah yordania pada sejumlah pelanggan. | Peneliti menggunakan alat analysis software statistik (SPSS) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yakni iklan adalah bidang yang paling penting dalam promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan. |
| 10. | Arham, 2010, *Islami Perspektives On Marketing* | Tujuan dari makalah konseptual ini untuk menunjukkan teori pemasaran modern dari perspektif islam | Pengembangan dan kesimpulan dari kertas diskursif ini sebagai salah satu konseptual yang menunjukkan aplikasi dari proses epistimologi yang berorientasi pada kesatuan pengetahuan untuk pemasaran islami. | Hasil akhir kerangka konseptual ini yakni ajaran agama terkhusus islam bisa diterapkan pada pemasaran modern yang berkaitan dengan etika islam dan bauran pemasaran. |

Sumber data diolah

Beberapa penelitian diatas memiliki tujuan dan hasil yang beragam dalam menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Umma (2014) dalam penelitianya mencoba untuk mengetahui strategi bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan nasabah priority. Kemudian dalam penelitian Johannes (2009) dengan objek penelitian Bank Central Asia menyebutkan bahwa kepuasan konsumen BCA priority dari impelemtasi instrument bauran pemasaran

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*Produk, place, promotio*n, *people, proses* dan *physical evidence*. Dampaknya bisa mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah priority.

Marhan (2018) dengan objek penelitian Bank Syariah Mandiri dan Bank Rakyat Indonesia menyebutkan bahwa dalam memasarkan produknya adalah dengan Menerapkan konsep bauran pemasaran 4P (*product, proce, place*, dan *promotion*).

Nizar Abdullah (2017) dengan objek pemasaran pada perbankan syariah di kantor area BSM Denpasar menyebutkan bahwa strategi bauran pemasaran 7P digunakan pada segmentasi pasar dan sasaran yang dituju. Menurut Hurriyati (2008) menyebutkan bauran pemasaran akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

Ghail al Hafizh DKK (2019) dengan objek penelitian di sektor perbankan syariah UEA hanya memfokuskan pada aspek promosi saja dari sekian aspek dari bauran pemasaran. Yang menjadi titik fokusnya yakni strategi promosi pada produk dan layanan perbankan syariah. Selain itu, Syarif DKK (2016) dengan objek penelitian di perbankan syariah Jordania mengatakan bahwa strategi pemasaran yang dikhusukan pada aspek promosi signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yakni iklan adalah bidang yang paling penting dalam promosi untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Arham (2010) dalam penelitianya yang berjudul *Islami Perspektives On Marketing* dalam penelitianya mencari tahu apakah strategi pemasaran modern sesuai dengan syariah, karena selama ini prinsip syariah tidak bisa selaras dengan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pemasaran modern. Hasil penelitian menunjukkan yakni ajaran agama terkhusus islam bisa diterapkan pada pemasaran modern yang berkaitan dengan etika islam dan bauran pemasaran.

Iskandar Hamzah & Hashim (2013) dalam penelitianya yang berjudul *7p's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix*. Hasil penelitian ini adalah pespektif islam terhadap 7p seharusnya tidak lepas dari bauran pemasaran yang kontemporer, integrasi kedua pemasaran ini akan membawa pemahaman mendalam pada setiap elemen dari 7p yang cocok untuk pemahaman manajemen islam dan perilaku pelanggan non muslim.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas maka perbedaan dengan penelitian ini adalah dengan pendekatan studi kasus dengan objek penelitian pada Bank Syariah Mandiri. Selain itu penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) *priority banking officer* di perbankan syariah yang ditinjau dari perpsektif *maqashid syariah*.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 Strategi dan Konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

### 2.2.2 Konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Konsep Bauran Pemasaran merupakan sebuah konsep yang menunjukkan arah bagi manajer dalam melakukan bauran pemasaran, sehingga dalam kajian konsep bauran pemasaran dijelaskan definisi bauran pemasaran dan unsur-unsur dalam bauran pemasaran

### 2.2.3 Pengertian Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Pada mulanya, marketing dipandang tidak juah berbeda dengan penjualan. Banyak perusahaan yang percaya bahwa dengan usaha dan biaya yang ukup, hampir semua produk dapat dijual lewat iklan yang agresif. Namun, bersangsur-angsur disadari bahwa memuaskan kebutuhan tertentu bagi pelanggan adalah penting dalam melatih sukses. Pergeseran dramastis ini merupakan komponen pokok dalam apa yang sekarang dinamakan konsep pemasaran. Perkembangan fungsi, kegiatan, serta cara pandang pemasaran sudah tentu akan diikuti perubahan pemahaman akan pemasaran yang diberikan dapat timbul sebagai akibat berbedanya sudut pandang dalam merumuskan definisi pemasaran (Rivai, 2012).

Pemasaran dapat digambarkan sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan yang ditujukan untuk merencanakan, menetukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang/jasa kepada pembeli secara individual maupun kelompok pembeli (Zainal, 2018).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pemasaran pada dasarnya menitikberatkan konsumen, atau berorientasi pada konsumen dari pada pesaing. Dalam konsep ini marketing merupakan ujung tombak dari seluruh aktivitas rantai bisnis sehingga sudut pandang konsumen merupakan *goals* yang diinginkan dari keseluruhan usaha (Rivai, 2012).

Menurut Kotler & Armstrong (1997), Bauran pemasaran atau marketing mix adalah suatu alat pemasaran taktis yang dapat dikontrol atau dikendalikan, produk, harga, promosi, tempat, distribusi yang di kolaborasikan oleh perusahaan untuk menghasilkan *feedback* yang diinginkan dalam target pasar.

Sedangkan pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut Lupiyoadi (2014) yakni alat pemasar yang terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi bauran pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sukses dan lancar. Bauran pemasaran pada produk yang kita kenali selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik antara produk barang dan produk jasa.

### 2.2.4 Unsur-unsur Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Unsur-unsur bauran pemasaran mempunyai perbedaan antara perusahaan jasa dengan barang, hal ini terait dengan kategori antara jasa dan barang. Dengan demikian unsur-unsur bauran pemasaran pada jasa adalah sebagai berikut (Lupiyoadi, 2006):

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1. *Product* (Produk)

Menurut Philip Kotler (2000) mengartikan bahwa produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar agar diperhatikan diminta, digunakan, atau di buat konsumsi sehingga akan menimbulkan terpuasnya kebutuhan dan keinginan. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006) produk merupakan konsep keseluruhan dari objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. dalam distribusi jasa, produk bersifat tidak nyata atau tidak dapat diamati secara langsung pada prosesnya dan bukan pada hasilnya.

Menurut Lopiyoadi (2006) ada empat karakteristik produk jasa, yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*): jasa yang bersifat abstrak dan tidak berwujud (*intangible*).
2. *Heterogenitas/variabelitas*: jasa bersifat non standard dan sangat variable
3. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*): jasa umunya diproduksi dan dikonsumsi dalam waktu bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya.
4. Tidak tahan lama: jasa tidak mungkin disimpan dalam bentu persediaan.

Berdasarkan keempat karakteristik diatas, menurut Kotler dalam Lopiyoadi (2006) "*the offer*" atau penawaran jasa dapat dikategorikan menjadi empat, yaitu:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1. Barang murni berwujud (*a pure tangible good*), contoh: sabun mandi dan pasta gigi.
2. Barang berwujud dengan jasa yang menyertainya (*a tangible good with accompanying service*) untuk meningkatkan pelanggan, contoh computer dan jasa instalnya.
3. Jasa mayor disertai barang dan jasa minor (*a major service with accompanying minor goods and service*), contoh: *highclass* penerbangan
4. Jasa murni (*a pure service*), contoh: jasa konseling

2. *Price* (Harga)

Menurut Kotler dan Amstorng (1996) harga uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Sedangkan menurut Fuad (2014) harga adalah sejumlah kompensasi berupa uang atau barang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa.

Harga merupakan bagian dari aspek bauran pemasaran. Penentuan harga menjadi menjadi faktor penting untuk diperhatikan, karena harga sangat menentukan ketertarikan konsumen dari produk tersebut dan jasa perbankan. Kesalahan dalam menetukan harga berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan. Teruntuk perbankan yang beridiologi konvensional. Harga yakni bunga, biaya administrasi, provisi, dan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

komisi. Sedangkan harga bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah merupakan nisbah bagi hasil (Kasmir, 2014).

Harga dapat diartikan sebagai ekspresi dari sebuah nilai, dimana nilai tersebut menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang terbentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi dan pelayanan. Sifat jasa yang kasat mata maka harga menjadi penentuan dalam penetapan harga yang mewakili kualitas jasa tersebut. Harga murah dan jauh harga pesaing akan memberikan gambaran kualitas jasa rendah, sebaliknya harga terlalu tinggi akan menggambarkan kualitas jasa yang matang dan terbaik serta diikuti dengan komunikasi yang cukup (Rifqy, 2014).

Kesimpulan dari paparan diatas bahwa harga adalah sejumlah uang yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang diberikan kepada konsumen karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa dan harga yang sangat berpengaruh terhadap produk atau jasa yang diproduksi. Apabila harga mahal maka kualitas produk atau jasa tersebut juga akan semakin bagus, namun apabila harga tersebut rendah, maka kualitas produk atau jasa akan disesuaikan dengan harga tersebut (Rifqy, 2014).

Metode penentuan harga harus dimulai dengan pertimbangan atas tujuan penentuan harga itu sendiri. Adapun tujuan-tujuan tersebut (Lupiyoadi, 2006) antara lain:

1. Bertahan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Bertahan yakni usaha untuk tidak melakukan kegiatan mendapatkan profit usaha karena perusahaan sedang mengalami kondisi pasar yang tidak menguntungkan.

2. Memaksimalkan laba

   Penentuan harga bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dan memperoleh laba dalam periode tertentu.

3. Memaksimalkan penjualan

   Penentuan harga bertujuan untuk membangun target pasar dengan melakukan penjualan diawal periode yang sifatnya merugi.

4. Gensi/prestis

   Tujuan penentuan harga didasarakan atas pencapaian pengembalian atas investasi yang diinginkan.

3. *Place* (Tempat)

   Menurut Lupiyoadi (2006) tempat adalah integrasi antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi yaitu korelasi dengan lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampainya jasa pad konsumen. sedangkan lokasi berarti perusahaan mempunyai Gedung untuk melakukan aktivitas operasi. Ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi (Lupiyoadi:2006):

   1. Konsumen mendatangi perusahaan: apabila kondisinya seperti ini maka urgensitas dari lokasi sangat diperlukan. Perusahaan lebih memilih dekat dengan konsumen untuk proses follow up terhadap pembelina produk.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. Pemberi jasa mendatangi konsumen: apabila kondisinya seperti ini maka tempat tidak terlalu penting, maka yang menjadi ujung tombak yakni penyampaian jasa yang berkualitas.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung: berarti penyedia jasa dari konsumen berinteraksi melalui media penghubung seperti telepon, computer, atau surat. Urgensi dari lokasi tidak diperlukan selama hubungan pelanggan dengan marketing baik-baik saja.

4. *Promotion* (promosi)

Menurut Kotler dan Amstrong (2001) berpendapat bahwa promosi adalah aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membuuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Dalam bukunya Mc Charty dan Cannon Perrenault (2009) menjelaskan bahwa promosi adalah kegiatan mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, dapat juga diartikan sebagai aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran pembeli.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, begitu juga dengan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

mempengaruhi konsumen dalam aktivitas pembelian atau pemakaian jasa atas dasar kebutuhn atau keinginanya (Lupiyoadi, 2006).

Hal yang perlu diperhatikan dalam promosi adalah bauran promosi yang terdiri dari (Lupiyoadi, 2006):

1. Periklanan
2. Penjualan perseorangan
3. Promosi penjualan
4. Hubungan masyarakat
5. Informasi dari mulut ke mulut
6. Pemasaran langsung

Menurut Kasmir (2010) secara garis besar sarana promosi yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai berikut:

1. Periklanan *(advertising)*, merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar atau kata-kata yang tertuang dalam brosur, koran, majalah, televisi dan radio.
2. Promosi penjualan *(sales promotion)*, merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap produk-produk tertentu.
3. Publisitas *(publicity)*, merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabahnya, melalui kegiatan *sponsorship* terhadap suatu kegiatan amal sosial dll.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4. Penjualan pribadi (*personal selling*), merupakan promosi yang dilakukan melalui internal karyawan-karyawan dalam melayani serta mempengaruhi nasabah.

5. *People* (orang-orang)

Orang adalah semua pelaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Pada perusahaan jasa, karyawan perusahaan (*people*) merupakan elemen vital dalam bauran pemasaran. Jika pada perusahaan manufaktur, dimana proses produksi terpisah dengan konsumsi, konsumen tidak akan terpengaruh, misalnya: pakaian yang digunakan karyawan, bahasa yang lontarkan atau mungkin faktor lain yang tidak akan mempengaruhi barang yang dihasilkan (Arief, 2007).

Dalam pemasaran produk jasa, orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Untuk mencapai kualitas terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Pentingnya orang dalam pemasaran jasa pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai konsumen internal dan pemasok internal. Tujuan dari adanya hubungan tersebut adalah untuk mendorong orang dalam kinerja memberikan kepuasan kepada konsumen.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Terdapat empat kriteria peranan atau pengaruh dari aspek orang yang mempengaruhi konsumen (Lupiyoadi, 2006):

1. *Contactors*, orang di sini berinteraksi langsung dengan konsumen, frekuensi yang cukup sering dan sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.
2. *Modifiers*, orang di sini tidak secara langsung mempengaruhi konsumen tetapi cukup sering berhubungan dengan dengan konsumen, contoh: resepsionis.
3. *Influencers*, orang di sini mempengaruhi konsumen dalam keputusan untuk membeli tetapi tidak secara langsung kontak dengan konsumen.
4. *Isolated*, oraang-orang tidak ikut melakukan aktivitas dalam bauran pemasaran dan juga tidak bertemu dengan nasabah secara terus menerus. Contoh: karyawan bagian administrasi, pemrosesan data.

6. *Procces* (proses)

Proses merupakan gabungan semua aktifitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin sampai jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Proses dapat dibedakan dalam dua cara, yaitu (Lupiyoadi, 2006):

1. Kompleksitas (*complexity*), berhubungan dengan langkah-langkah dan tahapan dalam proses
2. Keragaman (*divergence*), berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahap proses.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Sehubungan dengan dua cara tersebut terdapat empat pilihan yang dapat dipilih marketer yaitu:

1. Mengurangi keragaman, dalam hal ini berarti terjadi pengurangan biaya, peningkatan produktifitas dan kemudahan distribusi.
2. Menambah keragaman, berarti lebih cenderung ke penetrasi pasar dengan cara menambah jasa yang diberikan,
3. Mengurangi kompleksitas, berarti cenderung lebih terspesialisasi.
4. Menambah kompleksitas, berarti lebih cenderung ke penetrasi pasar dengan cara menambah jasa yang diberikan.

7. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Rifqi (2014) bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana pelayanan disampaikan dan perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan segala komponen nyata yang memudahkan pelaksanaan atau komunikasi dalam sebuah layanan. Bentuk fisik dari pelayanan atau *service* termasuk semua gambaran nyata dalam pelayanan seperti brosur, blangko, kartu bisnis, format laporan, dan perlengkapan. Terdapat dua jenis *Physical Evidence*, yaitu (Lupiyoadi, 2006):

1. Bukti penting (*essensial evidence*): merupakan keputusan-keputusan yang diperkuat oleh pemberi jasa mengenai desain dan tata letak dari gedung, ruang dll.
2. Bukti pendukung (*peripheral evidence*): merupakan tambah yang bila berdiri sendiri tidak akan berarti apa-apa. Jadi hanya berfungsi sebagai pelengkap saja, meskipun demikian mempunyai peranan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

sangat penting dalam proses produksi jasa. Contoh: Televisi, telepon, koran, AC, brosur, kalender, jam dinding, papan informasi, kursi, meja, mesin ATM, dll..

### 2.2.5 *Priority Banking Officer* (PBO)

### 2.2.6 *Konsep Priority Banking Officer* (PBO)

Konsep *equal treatmen* (keseteraan perlakuan) pada dasarnya nasabah bank Syariah berhak mendapatkan pelayanan yang sama, namun demikian hal ini tidak berarti bahwa bank syariah tidak diperkenankan bahwa memberikan layanan ekstra terhadap nasabah yang memberikan kontribusi lebih. Khususnya dalam bentuk penempatan dana yang signifikan dengan jumlah nominal tertentu. nasabah yang demikian ini umumnya disebut dengan Nasabah Priority. Adanya pelayanan ekstra (yang kemudian disebut dengan layanan priority) hal ini tidaklah bertentangan dengan prinsip keadilan yang usung oleh syariah. Sebab, keadilan tidak selalu identik dengan kesamaan. Definisi adil adalah *wadh al-syai' fi mahallih*, menempatkan sesuatu sesuai dengan porsi dan posisinya (Umma, 2014).

### 2.2.7 Pengertian *Priority Banking Officer* (PBO)

*Priority Banking Officer* adalah pegawai bank yang betugas sebagai *personal banker, financial advisor* dan *marketing officer* atas produk dan layanan kepada nasabah termasuk nasabah *priority* (SEBI, 2012).

### 2.2.8 Layanan *Priority Banking Officer* (PBO)

(Fauziyah, 2011) dalam penelitianya mengemukakan penerapan Layanan Nasabah Prioritas perlu diketahui fasilitas-fasilitas yang diberikan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

oleh *Personal Relationship Officer* (PRO). Adapun fasilitas nasabah BSM Priority sebagai berikut:

**Produk/Jasa Finansial**

1. Kartu BSM Priority
2. Konsultasi keuangan syariah
3. Laporan keuangan terpadu
4. *Pick Up Service* untuk setoran tunai
5. Pemerintah transaksi keuangan melalui telepon/faksimili
6. *Autodebet* bebas biaya untuk pembayaran tagihan listrik, telepon, telepon seluler,
7. *Autosave* biaya
8. Buku cek dan bilyet giro bebas biaya
9. Nomor rekening cantik
10. Fasilitas pembayaran dan penyaluran zakat infaq dan shadaqoh, dan
11. Fasilitas diskon pembelian *merchandise*

**Produk/Jasa Non Finansial**

1. Fasilitas *save deposite box* bebas biaya sewa tahun pertama
2. Reservasi tiket, hotel, wisata umroh dan haji plus
3. Fasilitas *airport executive lounge* dan *airport handling*
4. Pelayanan pada rumah sakit berkelas internasional
5. Layanan duka, dan
6. Undangan pada acara khusus

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Untuk lebih jelasnya penulis menguraikan secara lengkap adalah sebagai berikut:

**Produk /Jasa Finansial**

1. Kartu BSM Priority

   Kartu BSM priority berfungsi sebagai kartu multiguna, yaitu kartu identitas, kartu ATM, kartu belanja/debit dan kartu diskon, sehingga beberapa fasilitas melekat pada kartu BSM Priority, seperti limit transaksi khusus, layanan khusus pada cabang-cabang Bank Syariah Mandiri, fasilitas *airport executive launge* dan *airport handling* serta akses pelayanan pada rumah sakit tertentu berkelas internasional.

2. Konsultasi keuangan syariah

   Konsultasi keuangan syariah adalah perencanaan keuangan nasabah sesuai kebutuhan dan toleransi risiko nasabah serta tuntunan syariah. Konsultasi ini diberikan secara cuma-cuma dengan perjanjian waktu terlebih dahulu dengan *personal relationship officer*.

3. Laporan keuangan terpadu

   Laporan keuangan berisi seluruh portofolio nasabah BSM priority.

4. *Pick up Service* setoran tunai

   Layanan antar jemput setoran maupun penarikan.

5. *Autodebit* bebas biaya

   Pemindahan buku rekening dari giro ke tabungan tanpa dikenakan biaya.

6. *Autosave* bebas biaya

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pembayaran rekening telpon melalui rekening tabungan.

7. Cek dan Bilyet Giro bebas biaya

   Cek merupakan suatu perintah tanpa syarat dari nasabah kepada bank yang memelihara rekening giro nasabah tersebut, untuk membayar sejumlah uang kepada pihak yang disebutkan di dalamnya atau kepada pemegang cek tersebut. Sedangkan bilyet giro merupakan surat perintah dari nasabah kepada bank yang memelihara rekenign giro nasabah tersebut untuk memindahbukukan sejumlah uang dari rekening yang bersangkutan kepada pihak yang penerima yang disebutkan namanya pada bank yang sama atau bank yang lain.

8. Nomor rekening cantik

   Merupakan nomor rekening tabungan nasabah priority.

9. Fasilitas pembayaran dan penyaluran zakat, infaq dan shadaqoh

   Fasilitas pembayaran dan penyaluran zakat, infaq dan shadaqah bekerja sama dengan Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNas) BSM Umat dan yang bekerja sama dengan BSM Umat.

10. Fasilitas Diskon pembelian *Merchandise*

    1. Fasilitas berlaku bagi pemenang kartu BSM priority yang masih valid.
    2. Penawaran diskon pembelian barang berlaku selama periode tertentu yang telah disepakati dengan *merchandise/supplier* barang.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Besarnya diskon tergantung kesempatan dalam perjanjian kerjasama antara Bank Syariah Mandiri dengan merchant/supplier barang.
4. Komponen diskon terdiri atas diskon untuk nasabah dan untuk Bank Syariah Mandiri.

Adapun penerapan sistem pelayanan nasabah priority adalah sebagai berikut:

1. BSM priority adalah unit pelayanan ritel (perorangan) untuk segmen pasar menengah atas dan kaya, yang mempunyai pengendapan dana di Bank Syariah Mandiri minimal Rp 250 juta. Setiap nasabah akan dilayani secara khusus oleh *personal relationship officer*, baik pelayanan finansial maupun non finansial.
2. *Personal relationship officer* (PRO) adalah pegawai Bank Syariah Mandiri yang bertugas sebagai *personal banker*, *financial advisor* dan *marketing officer* atas produk dan pelayanan kepada nasabah BSM Priority.
3. *One stop financial service* adalah merupakan layanan satu pintu di Bank Syariah Mandiri melalui *personal relationship officer* untuk memenuhi seluruh kebutuhan transaksi keuangan nasabah BSM Priority.
4. BSM *Wealth* adalah unit pelayanan dan bisnis ritel (perorangan) yang mengelola kekayaan nasabah dengan memanfaatkan berbagai produk dan jasa dari berbagai institusi jasa keuangan baik bank

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

maupun non bank, sehingga menghasilkan *fee based income* bagi bank dan terciptanya *life time* bank bagi nasabah.

5. *Asset under management* adalah jumlah dana nasabah Mandiri Syariah Priority yang dikelola di Bank Syariah Mandiri maupun di lembaga/institusi keuangan non bank.
6. *Wealth Manager* adalah pegawai Bank Syariah Mandiri yang bertugas sebagai persona advisor yang memberikan jasa konsultasi pengelolaan harta pribadi nasabah, meliputi jasa pengelola harta dan hutang, perencanaan investasi, perencanaan dana pensiun dan warisan, pengelolaan pajak dan dana-dana sosial.
7. *Life Time Banking* adalah hubungan jangka Panjang yang tercipta antara nasabah dengan bank, karena dapat terpenuhinya kebutuhan setiap tahap kehidupan nasabah melalui keragaman produk dan jasa yang disediakan bank

### 2.2.9 Urgensi *Priority Banking Officer* (PBO)

*Priority Banking* disediakan oleh perbankan bagi perorangan yang mempunyai pendapatan/harta yang tergolong *affluent* dan *high networth individuals*. Secara keseluruhan jumlah nasabah *segment affluent* dan *high net worth* kurang dari 0,5% total nasabah, namun *asset under management* nasabah tersebut menguasai lebih dari 50% asset bank. Karena potensi bisnis yang besar dari nasabah *affluent* dan *high net worth*, maka diperlukan PBO yang fokus menggarap segmen market ini. BSM mempunyai sistem *priority banking officer*. PBO adalah sistem dan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pegawai khusus yang fokusnya di nasabah prioritas. PBO adalah bagian penting dari pencapaian target bisnis cabang. PBO bertugas menambah dan mengelola nasabah priority untuk meningkatkan *growth* dana serta melakukan *one stop financial services* untuk meningkatkan *fee based income*. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan PBO, maka semakin banyak asset nasabah yang dipercayakan untuk dikelola dan semakin besar keuntungan yang didapatkan cabang dari pengelolaan AUM nasabah *sales through services* (Umma, 2014).

Semakin baik kualitas layanan yang diberikan PBO, maka makin banyak asset nasabah yang dipercayakan untuk dikelola dan semakin besar keuntungan yang didapatkan cabang dari pengelolaan AUM nasabah (SEBI, 2012).

### 2.2.10 Pengertian Maqashid Syariah

Secara bahasa maqashid berasal dari kata *qashada*, *yaqshidu*, *qashdan*, *qashidun*, yang berarti keinginan yang kuat, berpegang teguh, dan sengaja. Sedangkan *syariah* secara bahasa menunjukkan kepada tiga pengertian, yaitu sumber tempat air minum, jalan yang lurus dan terang dan awal dari pada pelaksanaan suatu pekerjaan. Dari makna tersebut dapat mengambil pengertian bahwa *maqashid syariah* adalah tujuan-tujuan yang diletakkan Allah dan terkandung dalam setiap hukum untuk keperluan pemenuhan manfaat umat (Wibowo, 2012).

Wahbah al-Zuhaili mengatakan bahwa *maqashid syariah* adalah nilai-nilai dan sasaran *syariat* yang tersirat dalam segenap atau bagian

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

terbesar dari hukum-hukumnya. Nilai-nilai dan sasaran-sasaran itu dipandang sebagai tujuan dan rahasia syariah, yang ditetapkan dalam setiap ketentuan hukum. al-Syatibi menjelaskan bahwa tujuan ditetapkannya hukum Allah adalah untuk kemaslahatan manusia. Sedangkan Yusuf al-Qardhawi mendefenisikan *maqashid al-syariah* sebagai tujuan yang menjadi target teks dan hukum-hukum partikular untuk direalisasikan dalam kehidupan manusia, baik berupa perintah, larangan, dan mubah (Wibowo, 2012).

Ulama ushul fiqih mendefinisikan *maqashid al-syariah* dengan makna dan tujuan yang dikehendaki *syara* dalam mensyariatkan suatu hukum bagi kemashlahatan umat manusia. *Maqashid al-syariah* di kalangan ulama ushul fiqih disebut juga *asrar al-syariah*, yaitu rahasia-rahasia yang terdapat di balik hukum yang ditetapkan oleh *syara*, berupa kemashlahatan bagi manusia, baik di dunia maupun di akhirat (Fauziya, 2017).

### 2.2.11 Tujuan Maqashid Syariah

Substansi *maqashid syariah* adalah kemashlahatan. Hal ini senada sebagaimana yang dijelaskan al-Syatibi dalam kitab *al-Muwafaqat*-nya:

> *"Syariat itu bertujuan untuk kemashlahatan manusia (hamba), cepat ataupun lambat secara bersamaan, dan ajakan ini pasti berasal petunjuk tuhan, apakah itu membawa kemashlahatan (shihhah) ataupun kehancuran (fasad)"*

Apabila diteliti pernyataan al-Syatibi ini, dapatlah dipahami bahwa kandungan *maqashid syariah* adalah untuk kemashlahatan manusia. Oleh karenanya, bisa dikatakan bahwa seluruh ajaran yang tertuang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dalam al-Quran maupun al-Sunnah menjadi dalil adanya maslahat. Meskipun sumber syara tersebut tidak semuanya berbicara mengenai kemaslahatan secara langsung, akan tetapi ada beberapa dalil yang bisa mengindikasikan terhadap eksistensi maslahat dalam syariat islam (Wibowo, 2012).

Sedangkan dalam bukunya Jauhar (2009) menjelaskan tujuan-tujuan syariat mengandung semua yang diperlukan manusia untuk merealisasikan *falah* dan *hayatan tayyibah* dalam batas-batas syariah. Imam Ghazali, memasukkan semua perkara yang dianggap penting untuk melindungi dan memperkaya keimanan, kehidupan akal, keturunan, dan harta benda dalam *maqashid syariah*.

1. Perlindungan terhadap agama

   Islam menjaga hak dan kebebasan, kebebasan yang dimaksud adalah kebebasan berkeyakinan dan beribadah. Setiap pemeluk agama berhak atas agama dan mazhabnya, ia tidak boleh dipaksa meninggalkannya menuju agama atau mazhab lain, juga tidak boleh ditekan untuk berpindah keyakinannya untuk masuk islam. Dasar hal ini sesuai dengan firman Allah:

   لاإكراه في الدين ْ قد تبيّن الرّ شد من الغيّ

   *Tidak ada paksaan untuk (mamasuki) agama (Islam), sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat.* (QS. Al-Baqarah (2): 256)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

أفأنت تكره النّاس حتّي يكونوا مؤ منين

*Maka apakah kamu (hendak) memaksa manusia supaya mereka menjadi orang-orang yang berimana semuanya.* (QS. Yunus (10): 99).

Memelihara agama, berdasarkan kepentingannya dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan:

1. Memelihara agama dalam tingkatan *dharuriyah*, yaitu melaksanakan kewajiban keagamaan yang termasuk hal utama, seperti melaksanakan shalat lima waktu. Jika kewajiban ini diabaikan maka eksistensi agama akan terancam.
2. Memelihara agama dalam tingkatan *hajiyyat*, yaitu melaksanakan ketentuan agama dengan maksud menghindarkan dari kesulitan. Seperti pensyariatan shalat jamak dan qasar bagi orang yang sedang bepergian. Jika ketentuan ini tidak dilaksanakan maka tidak akan mengancam eksistensi agama, melainkan hanya mempersulit orang yang melakukannya.
3. Memelihara agama dalam tingkatan *tahsiniyyat*, yaitu mengikuti petunjuk agama guna menjunjung tingggi martabat manusia sekaligus menyempurnakan pelaksanaan kewajiban kepada tuhan.

2. Perlindungan Terhadap Nyawa

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Hak pertama dan paling utama yang diperhatikan islam adalah hak hidup, hak yang disucikan dan tidak boleh dihancurkan kemuliannya, manusia adalah ciptaan Allah.

صنع الله الّذي أتقن كلّ شيّءْ إنّه خبير بما تفعلون

*(Begitulah) perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu; sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.* (QS. An-Naml (27):88).

Adalah sangat jelas hikmah Allah dalam menciptakan manusia dengan fitrah yang diciptakan-Nya untuk manusia, lalu Dia menjadikan, menyempurnakan kejadian dan menjadikan (susunan tubuh) nya seimbang, dalam bentuk apa saja yang Dia kehendaki, dia menyusun tubuhnya.

فتبارك الله أحسن الخلقين

*Maka Maha sucilah Allah, Pencipta Yang Paling Baik. (QS. Al-Mu"minun (23): 14)*

ولقد كرّ منا بني أدمٌ

*Dan sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam (QS. AL-Isra" (17): 70)*

Memelihara jiwa berdasarkan kepentingannya, dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1. Memelihara agama dalam tingkatan *dharuriyyat*, seperti mencari kebutuhan hidup untuk mempertahakan hidup. Jika kebutuhan pokok itu diabaikan maka akan berakibat terancamnya eksistensi jiwa manusia.
2. Memelihara jiwa dalam tingkatan *hajiyyat*, seperti menikmati makanan bergizi, sehat, dan halal. Jika ketentuan ini diabaikan maka tidak akan mengancam eksistensi manusia, melainkan hanya akan mempersulit hidupnya.
3. Memelihara jiwa dalam tingkatan *tahsiniyyat*, seperti melakukan etika atau aturan untuk cara makan dan minum. Jika diabaikan, maka tidak akan mengancam eksistensi jiwa manusia, ataupun mempersulit kehidupan seseorang.

3. Perlingungan Terhadap Akal

Akal merupakan sumber hikmah (pengetahuan), sinar hidayah, cahaya mata hati, dan media kebahagiaan di duia dan akhirat. Dengan akal, suratperintah dari Allah disampaikan, dengan itu manusia diturunkan untuk menjadi khalifah di bumi, dan dengannya manusia menjadi sempurna, mulia, dan berbeda dengan makhluk lainnya. Allah berfirman:

ولقد كرّمنا بني أدم وحملنا هم في البرّ والبحري ورزقنا هم من الطّيّبات

وفضّلنا هم على كبير ممّن خلقنا تفضيلا

*Dan sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkut mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rezeki*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah Kami ciptakan* (QS. Al-Isra (17):70).

Tanpa akan manusia tidak berhak mendapatkan pemualiaan yang bisa mengangkatnya menuju barisan para malaikat. Dengan akal, manusia menuju alam para malaikat yang luhur. Karena itulah, akal manusia menjadi poros pembebanan pada diri manusia (Wibowo, 2012).

Memelihara akal, dilihat dari kepentingannya dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan:

1. memelihara akal dalam tingkatan *dharuriyyat*, seperti haram menengguk minuman yang memabukkan (haram). Jika ketentuan ini tidak diindahkan maka akan berakibat terancamnya eksistensi akal.
2. memelihara akal dalam tingkatan *hajiyyat*, seperti anjuran menuntut ilmu pengetahuan. dalam pengembangan ilmu pengetahuan untuk memperkaya diri dan erat kaitannya dengan pengembangan ilmu pengetahuan.
3. memelihara akal dalam tingkatan *tahsiniyyat*, seperti menghindarkan diri dari menghayal atau mendengarkan sesuatu yang tidak berguna. Hal ini berkaitan dengan etika, tidak akan mengancam eksistensi akal secara langsung.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4. Perlidungan Terhadap Kehormatan atau Keturunan

Islam menjamin kehormatan manusia dengan memberikan perhatian yang sangat besar, yang dapat digunakan untuk memberikan spesialisasi kepada hak asasi mereka. perlindungan ini jelas terlihat dalam sanksi berat yang dijatuhkan dalam masalah zina, masalah mengahancurkan kehormatan orang lain, dan masalah qadzaf. Islam juga memberikan perlindungan melalui pengharaman ghibah, mengadu domba, memata-matai, mengumpat, dan mencela dengan menggunakan panggilang-panggilan buruk, juga perlindungan-perlindungan lain yang bersinggungan dengan kehormatan dan kemuliaan manusia (Jauhar, 2009).

Memelihara keturunan, ditinjau dari segi tingkat kebutuhannya, dapat dibedakan menjadi tiga tingkat (Wibowo, 2012):

1. Memelihara keturunan dalam tingkat *dharuriyyat*, seperti memperbolehkan perkawinan dan melarang perzinaan. Apabila ketentuan ini diabaikan maka eksistensi keturunan akan terancam.

2. memelihara keturunan dalam tingkatan *hajiyyat*, seperti calon suami menyebutkan mahar dalam meminang dan ada hak talak baginya. apabila tidak disebutkan maharnya harus membayar *mahar misl*. Sedangkan dalam kasus talak, suami akan mengalami kesulitan, jika ia tidak menggunakan hak talaknya, padahal situasi dan kondisi rumah tangga tidak harmonis.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. memelihara keturunan dalam tingkat *tahsiniyat*, seperti disyariatkan *khitbah* atau *walimah* dalam perkawinan (penyempurnaan perkawinan). Jika ia diabaikan tidak akan mengancam eksistensi keturunan, dan tidak pula akan mempersulit orang yang melakukan perkawinan, ia hanya berkaitan dengan etika dan martabat seseorang.

5. Perlindungan Terhadap Harta Benda

Harta merupakan salah satu kebutuhan dalam kehidupan, dimana manusia tidak akan bisa terpisah darinya.

المال والبنون زينة الحياة الدنيا

*Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan dunia* (QS. Al-Kahfi (18): 46).

Manusia termotivasi untuk mencari harta demi menjaga eksistensinya dan demi menambah kenikmatan materi dan religi, dia tidak boleh beridi sebagai penghalang antara dirinya dengan harta. Namun semua motivasi ini dibatasi dengan tiga syarat, yaitu harta dikumpulkannya dengan cara yang halal, dipergunakan untuk hal-hal yang halal dan dari harta ini harus dikeluarkan hak Allah dan masyarakat tempat dia hidup (Jauhar, 2009).

Dilihat dari segi kepentingannya, memelihara harta dapat dibedakan menjadi tiga tingkatan (Wibowo, 2012) yaitu:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1. memelihara harta dalam tingkatan *dharuriyyat*, seperti aturan kepemilikan harta dan dilarang mengambil harta orang lain. Apabila aturan ini dilanggar maka akan berakibat terancamnya eksistensi harta.
2. memelihara harta dalam tingkatan *hajiyyat*, seperti disyariatkannya jual beli dengan cara salam. Apabila cara ini tidak dipakai maka tidak akan mengancam eksistensi harta melainkan hanya akan mempersulit seseorang yang memerlukan modal.
3. memelihara harta dalam tingkatan *tahsiniyyat*, seperti mengindari dari hal penipuan. hal tersebut berkaitan dengan moral dan etika dalam bermuamalah. Hal ini juga akan berpengaruh kepada keabsahan jual beli tersebut, sebab pada tingkatan ketiga ini juga merupakan syarat adanya tingkatan kedua dan pertama.

Mengetahui urutan peringkat mashlahat seperti di atas sangat penting, apabila dihubungkan dengan skala prioritas penerapannya. Jika terjadi kontradiksi dalam penerapannya maka tingkatan pertama *(dharuriyyat)* harus didahulukan dari pada tingkatan kedua *(hajiiyyat)* dan tingkatan ketiga *(tahsiniyyat).*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

### 2.2.12 Urgensi Maqashid Syariah

Pemahaman seseorang tentang *maqashid syariah* menjadi penting agar kita bisa memberikan penilaian dan mengambil sikap dalam setiap transaksi, kejadian, hal, dan keadaan yang terus berkembang dalam konteks ekonomi, keuangan, dan bisnis. Harapannya, kita bisa menjadi pengawal agar setiap transaksi ekonomi dan keuangan bisa mengikuti perkembangan zaman namun sekaligus tidak akan lepas dari prinsip dasar syariat. Pemahaman kita akan dasar-dasar *maqashid syariah* ini diharapkan akan membantu kita dalam menentukan kebolehan sebuah bentuk akad atau transaksi, instrumen keuangan dan bisnis, serta memahami permasalahan (Wibowo, 2012).

Pemahaman dasar *maqashid syariah* semakin penting mengingat bahwa hukum itu selalu berkembang sesuai dengan perkembangan tempat, zaman, dan keadaan. Bentuk hukum bisa berbeda pada tempat yang berbeda, atau pada masa (waktu) yang berbeda. Seperti hukum perempuan yang keluar dalam perjalanan *(musafir)* tanpa disertai muhrimnya dan perjalanan tersebut bukanlah perjalanan dalam bermaksiat kepada Allah. Hal ini pada zaman Rasulullah, sangat dilarang karena takut akan timbul fitnah dan keselamatan perempuan tersebut. Namun seiring dengan berkembangnya tempat, zaman, dan keadaan. Para perempuan bisa berjalan dengan sendiri

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dengan aman dan nyaman tanpa ada merasa takut gangguan, maka hukum ini tentunya juga akan berubah (Wibowo, 2012).

Terlebih lagi pada masalah masalah atau kasus yang dalil untuk menetapkan hukumnya tidak ditemukan dalam al-Qur'an dan al-Sunnah. Dan bentuk bentuk masalah dan kasus yang berkembang setelah zaman kenabian tercatat sangat banyak pada area ekonomi, keuangan, dan bisnis syariat, meliputi akad-akad perjanjian (kontrak), bentuk dan jenis bisnis, serta instrumen-instrumen keuangan yang berkembang biak saat ini. Khusus dalam menghadapi persoalan- persoalan fiqih kontemporer, terlebih dahulu dikaji secara teliti hakikat dari masalah tersebut. Penelitian terhadap suatu kasus yang akan ditetapkan hukumnya sama pentingnya dengan penelitian terhadap sumber hukum yang akan dijadikan dalilnya. Dengan kata lain, kandungan nash harus diteliti secara cermat, termasuk tujuan pensyariatan hukum tersebut (Wibowo, 2012).

Setelah itu baru dilakukan kategorisasi masalah *(tanqih al-manat)*, apakah ayat atau hadits tertentu layak dijadikan dalil bagi kasus baru tersebut. Mungkin ada suatu kasus baru yang hampir sama dengan kasus hukum yang terdapat di dalam al-Qur'an dan al-Hadits. Jika ternyata tidak ditemukan kesamaan atau kemiripan antara persoalan baru dengan kasus hukum yang ada pada kedua sumber hukum tersebut, maka konsekuensinya persoalan baru tersebut tidak dapat disamakan hukumnya dengan kasus hukum

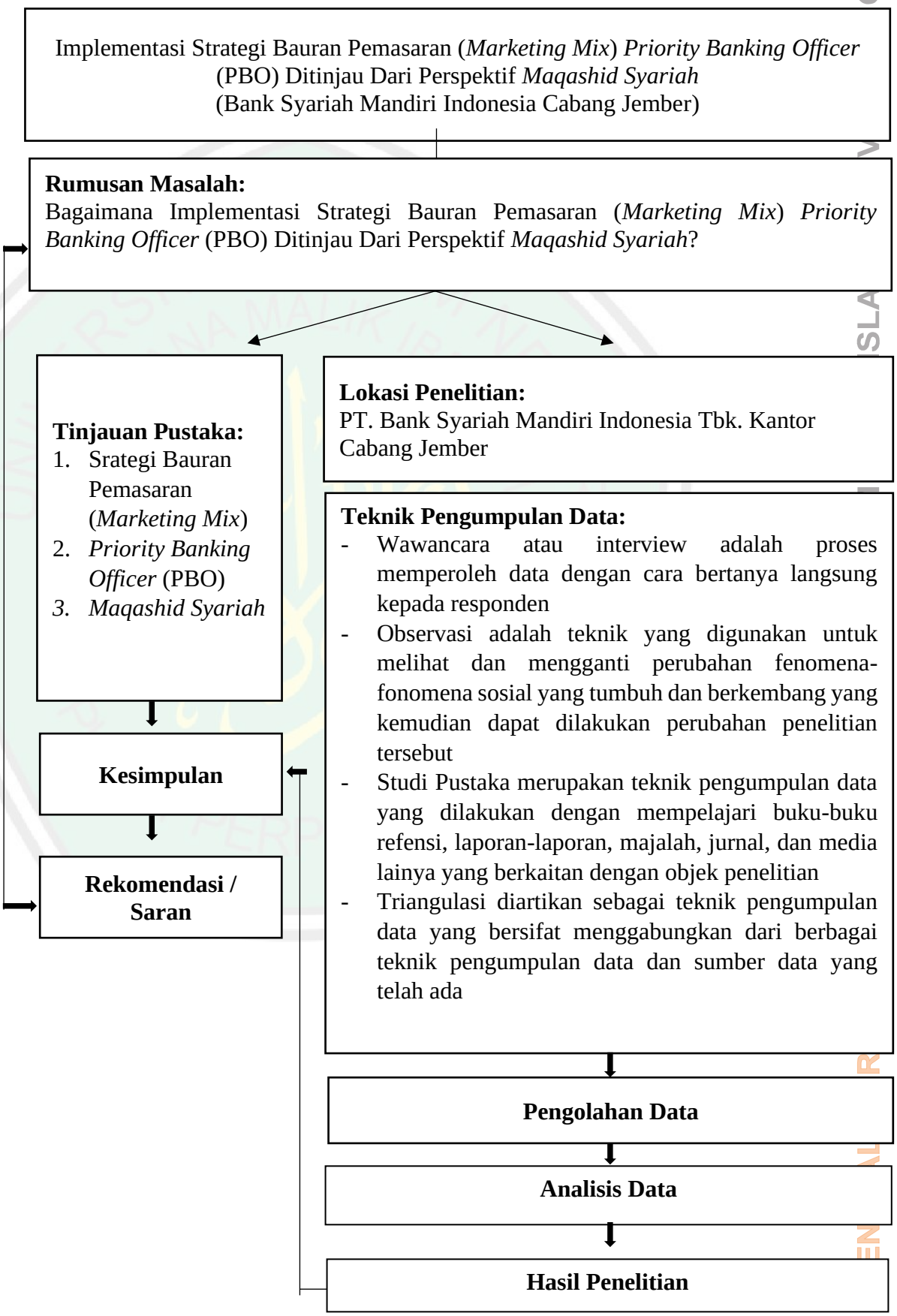
CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang terdapat di dalam al-Qur'an dan al-Sunnah. Di sinilah letak urgen atau pentingya pengetahuan tentang *maqashid syariah* (tujuan pensyariatan hukum) dalam hukum Islam (Wibowo, 2012).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## 2.3 Kerangka Berfikir

**Gambar 2.1 Kerangka Berfikir**



# BAB III

# METODE PENELITIAN

## 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif (*qualitative research)* dengan pendekatan studi kasus. Denzin dan Lincoln (2009) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Penelitian kualitatif merupakan bidang antar-disiplin, lintas-disiplin, dan kontra-disiplin. Selain itu penelitian kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan subjek yang diteliti, dan tekanan situasi yang membentuk penyelidikan. Penelitian kualitatif mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang menyoroti cara munculnya pengalaman sosial sekaligus perolehan maknanya (Denzin dan Lincoln, 2009).

Penelitian kualitatif ini secara spesifik diarahkan pada penggunaan metode studi kasus. Sebagaimana pendapat Yin (2015) studi kasus adalah suatu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pernyataan suatu penelitian berkenaan dengan *how* dan *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa- peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

Kemudian dalam penelitian ini dengan mengumpulkan data terkait teori Strategi Bauran pemasaran dan data nasabah priority Bank Syariah Mandiri Cabang



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Jember. kutipan buku – buku, artikel, makalah, hasil seminar, situs internet, dan sumber tertulis lainnya yang berhubungan dengan bauran pemasaran pada perbankan syariah.

**3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian yang dipilih adalah Bank Syariah Mandiri yang berada di Jalan P. B. Sudirman No. 41-43, Jember Jawa Timur. Adapun pemilihan Bank Syariah Mandiri dikarenakan berdasarkan penelitian Darmadi (2013) menjelaskan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki skor tertinggi dalam penerapan *good corporate governance.* Lokasi yang dipilih berada di kota Jember karena kota Jember mengalami peningkatan dalam sektor investor lebih dari 600 persen (Jemberkab, 2019).

**3.3 Subyek Penelitian**

Menurut Moeleong (2009) subyek penelitian adalah informan. Informan adalah "orang-dalam" pada latar penelitian. Dalam penentuan informan pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purpose sampling* dan *snowball sampling. Purpose sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu dimana orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. dalam hal ini peneliti memiliki kriteria informan, yakni pegawai/karyawan dari struktur organisasi *priority banking officer.* Sedangkan *snowball sampling* adalah teknik pengambilan sumber data, yang pada awalnya pengambilan jumlah sampel sedikit, lama-lama akan menjadi besar. Dalam hal ini peneliti mengambil pihak-pihak yang dipercaya yang dirasa paling

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

mengetahui persoalan strategi bauran pemasaran *priority banking officer* yang ditinjau dari perspektif *maqashid syariah* kantor Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Jember.

Menurut Roestanto (2015) situasi sosial untuk sampel awal disarankan didalamnya menjadi semacam muara dari banyak domain lainya. Selanjutnya dinyatakan bahwa, sampel sebagai sumber data atau sebagai informan sebaiknya memenuhi kriteria sebagai berikut:

a. Mereka menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayati.
b. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
c. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi.
d. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil kemasanya sendiri.
e. Mereka yang pada mulanya tergolong cukup asing dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan semacam guru ataupun narasumber.

Jadi yang menjadi kepedulian bagi penelitian kualitatif adalah tuntasnya perolehan informasi dengan keragaman variasi yang ada, bukan banyaknya sampel sumber data.

Organisasi *priority banking officer* primer dalam penelitian ini adalah bankir dari Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yakni kepala bagian *Area Funding Transaction Manager* (AFTM), *Priority Banking Officer* (PBO), *dan Priority*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*Banking Representative* (Pbr) semua ini merupakan organisasi *Priority Banking* yang menjadi kunci informasi.

Semua kunci informasi tersebut akan diwawancarai dengan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan. Kriteria subjek penelitian adalah:

1. Jumartono Sebagai Kepala Bagian *Area Funding Transaction Manager* (*AFTM)*

   Tersedianya layanan finansial dan non finansial untuk nasabah BSM *Priority* dan tercapainya jumlah *asset under manajement* dan *feebased income.*

2. *Funding Transaction Retail Marketing (FTRM)*

   Tersedianya layanan segala aktivitas *funding, retail, worsill* (*funding* dan lending lembaga instansi pemerintah).

3. M.A Birnik Sebagai *Priority Banking Representative (Pbr)*

   Tersedianya berbagai data/informasi cepat terkait dengan layanan nasabah BSM *priority,* termasuk rencana penyiapan *priority banking officer,* pembukaan Konter Layanan Priority (KLP) serta program promosi dan alat promosi/pemasaran.

4. Shinta dan M Dwiyanto Sebagai *Priority Banking Officer* (PBo)

   Jumlah *asset under manajement* dan *fee based income* serta layanan prima untuk nasabah BSM priority.

**3.5 Deskripsi Informan**

Proses penggalian informasi dan validitas data pada informan yang memiliki keterlibatan secara langsung dengan Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Pada penelitian kualitatif informan merupakan sumber informasi dan objek validitas data

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang ditentukan bukan dari generalisasi data melainkan pada jenis temuan yang didapatkan langsung dari subjek penelitian, artinya tidak ada batasan atau jumlah tertentu bagi informan yang dibutuhkan untuk menggali informasi sampai nantinya informasi tersebut berada pada titik jenuh.

Ketepatan informasi yang didapat dari informan nantinya akan mempengaruhi hasil dari objek penelitian dengan relevansi informasi tersebut. Penetapan informan harus mengetahui, mengalami dan terlibat secara pasti tentang implementasi bauran pemasaran di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember, dimana implementasi bauran pemasaran sebagai kunci dapat menghadapi persaingan. Penentuan informan di pilih secara sederhana dan sesuai kebutuhan penelitian, sehingga kunci informan akan dipilih secara sengaja (*purposive),* kemudian melalui *snowball* yaitu berdasarkan informasi dan informan kunci.

**Tabel 4.4 Deskripsi Informan**

| No | Nama Informan | Status/Devisi Unit Kerja | Pengalaman Kerja |
|---|---|---|---|
| 1 | Jumartono | *Area Funding Transaction Manager (AFTM)* | Selama 18 tahun di Bank Syariah Mandiri, 1 tahun di divisi *Area Funding Transaction Manager* dan 17 tahun di berbagai divisi |
| 2 | M.A Birbik | *Priority Banking Officer (PBO)* | Selama 8 bulan, beliau bekerja sebagai *Priority Banking Officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember sampai sekarang. |
| 3 | M Dwiyanto | *Priority Banking Representative (PBr)* | Selama 1 tahun 3 bulan, beliau bekerja sebagai *Priority Banking Representative* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember sampai sekarang. |
| 4 | Shinta | *Priority Banking Representative (PBr)* | Selama 8 bulan, beliau bekerja sebagai *Priority Banking Representative* Bank Syariah |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | Mandiri Kantor Cabang Jember sampai sekarang. |

### 3.5 Data dan Jenis Data

Menurut Moleong (2009), pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan. Berbagai sumber data yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Data Primer**

Data Primer adalah data yang diambil dari sumber data primer atau sumber pertama dilapangan (Bungin, 2001). Sehingga data primer yang digunakan adalah hasil wawancara dan hasil observasi, yang meliputi:

1. Hasil wawancara dengan kepala bagian *Area Funding Transaction Manager (AFTM), Priority Banking Officer (PBO), dan Priority Banking Representative* semua ini merupakan organisasi *Priority Banking* yang menjadi kunci informasi.
2. Hasil Observasi lapangan di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

**Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder (Bungin, 2001). Data sekunder pada penelitian Bank Mandiri Syariah berupa:

1. Buku tentang bauran pemasaran (*marketing mix)* dan *maqashid syariah*
2. Artikel tentang bauran pemasaran (*marketing mix)* dan *maqashid syariah*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Jurnal tentang bauran pemasaran (*marketing mix)* dan *maqashid syariah*
4. Hasil seminar tentang *maqashid syariah*
5. Dll

## 3.6 Teknik Pengumpulan Data

### 3.6.1 Observasi

Upaya pengumpulan data dengan metode merekam data dari indera tubuh diantaranya mata dan telinga. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non-participan observer* yaitu peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan kelompok dan tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya (Yusuf, 2014).

### 3.6.2 Wawancara

Cara menjaring informasi atau data melalui interaksi verbal/lisan (Suwartono, 2014). Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara struktur mapun bebas dengan kepala bagian *Area Funding Transaction Manager (AFTM), Priority Banking Officer (PBO), dan Priority Banking Representative* (Pbr) untuk menganalisis implementasi strategi bauran pemasaran *priority banking officer* di tinjau dalam perspektif *maqasid syariah.*

### 3.6.3 Dokumentasi

Catatan peristiwa yang berlalu. Baik berupa tulisan, gambar, atau karya-karya (Sugioyono, 2014). Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber dokumentasi karena penulis memerlukan sumber pendukung atau tambahan.

Dalam penelitian ini bentuk dokumen yang akan digunakan adalah:

1. Dokumen terkait dengan *marketing mix*
2. Dokumen terkait Bank Syariah Mandiri

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Jurnal, artikel, dan buku yang terkait dengan *marketing mix* dan *maqashid syariah.*

### 3.7 Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (2007) analisis data kualitatif adalah suatu proses analisis yang terdiri dari tiga alur kegatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Berikut adalah penjelasan mengenai tahapan-tahapan tersebut:

1. Reduksi data (*data reduction*)

   Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data ini berlangsung secara terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Selama pengumpulan data berjalan, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya membuat ringkasan, mengode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi dan menulis memo (Prastowo, 2011).

2. Penyajian Data (*data display)*

   Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data di sini merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan (Prastowo, 2011).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Keabsahan Data

Metode keabsahan data dengan menggunakan metode teknik triangulasi. Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Menurut Moeloeng (2009) triangulasi dibagi menjadi tiga yakni:

a. Triangulasi Sumber

Digunakan untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

b. Triangulasi Teknik

Digunakan untuk menguji kredibilitas data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.

c. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan harus di cek ulang dengan melakukan wawancara atau observasi diwatu yang berbeda.

4. Penarikan kesimpulan (*conclusion drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif ini merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau justru gelap sehingga setelah diselidiki menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Prastowo, 2011).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# BAB IV

# PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

## 4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

Pada tahap paparan data ini akan di suguhkan beberapa bentuk data yang dihasilkan dari lapangan untuk mendeskripsikan keadaan yang ada di lapangan untuk dilakukan analisis. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus maka dalam mencari dan menganalisis data, penulis menggunakan rentetan prosedur yang digunakan dalam penelitian studi kasus. Proses-proses tersebut yakni penetapan informan, wawancara, membuat catatan berupa laporan ringkas, mengumpulkan informasi dari dokumen terkait, melakukan wawancara dengan pihak lainya.

### 4.1.1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri

Krisis yang terjadi di Indonesia pada tahun 1997 memberikan keberkahan tersendiri bagi sejarah sistem perbankan syariah di Indonesia. Pasalnya, bank konvensional pada tahun tersebut terkena imbasnya secara simultan, dan akhirnya munculah suatu pemikiran terkait penyelamatan perekonomian dari krisis yang panjang ini. Di sisi lain pemerintah melakukan upaya penyelamatan ekonomi global melalui kebijakan merger empat bank sekaligus, yaitu Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo di bentuk menjadi satu dan namanya menjadi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Pada tanggal 31 Juli 1999. Langkah *merger* tersebut juga untuk mengundang investor asing untuk menanamkan modalnya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pemerintah juga mengeluarkan Undang-undang No. Tahun 1998 bertujuan untuk mengembangkan sistem ekonomi syariah dan memberikan peluang bagi transaksi syariah (*dual system banking).* PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Merespon baik dan melakukan konsolidasi serta membentuk tim pengenbangan perbankan syariah di perusahaan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Tim pengembangan perbankan syariah memanfaatkan peluang Undang-undang tersebut dengan segera menkonversikan PT. Susila Bakti dari bank konvensional menjadi Bank Syariah. Akhirnya usaha BSB menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT. Bank Syariah Mandiri yang tercantum dalam Akta Notaris Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Kegiatan itu juga diperkuat dengan pengukuhan oleh Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, dengan Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1KEP.DGS/1999, BI menyetujui nama tersebut. PT. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 atau 1 November 1999.

4.1.2. Profil PT. Bank Syariah Mandiri

PT. Bank Syariah Mandiri perusahaan yang beralamat di Wisma Mandiri 1, Jl. MH Thamrin No. 55 Jakarta 10340. Bank Syariah Mandiri berdiri pada tanggal 25 Oktober 1999 dan resmi beroperasi pada tanggal 1 November 1999. Bank Syariah Mandiri memiliki sejumlah kantor layanan 864 kantor yang tersebar di 33 provinsi seluruh Indonesia.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Agar lebih terfokus pada penelitian ini, maka wawancara dilakukan di salah satu kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Bank Syariah Mandiri tersebut beralamatkan di Jl. P. B. Sudirman No. 41-43, Jember, Jawa Timur.

4.1.3. Visi Misi Perusahaan

Dalam proses berlansungnya tujuan perusahaan, PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) perlu adanya legalitas visi dan misi perusahaan untuk menjadi indikator roda kepengurusan. Visi dari PT. Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut: "*Memimpin Pengembangan Peradaban Ekonomi yang Mulia".*

Maknanya Bank Syariah Mandiri memiliki target untuk jadi yang terdepan dalam mengembangkan peradaban ekonomi umat manusia yang lebih jujur, adil, terhormat yang sesuai aturan-aturan syariah. Berikut makna detail dari visi Bank Syariah Mandiri.

**Tabel 4.1 Makna Detail Visi Bank Syariah Mandiri**

| Visi | Penjelasan |
|---|---|
| Memimpin | Menjadi yang terdepan |
| Pengembangan | Pemberian manfaat dengan berjuang membuat lebih baik secara terus-menerus dan berkesinambungan dari generasi ke generasi |
| Peradaban Ekonomi | Suatu kondisi ketika manusia telah mengembangkan cara-cara (tradisi, budaya, proses, *system)* yang efektif di dalam penggunaan sumber daya dan di dalam memproduksi dan memperdagangkan barang dan jasa (*Merriem Webster Online)* |
| Mulia | Luhur, adil, terhormat, sejahtera-mensejahterakan, sesuai syariah, bernilai tinggi, dan unggul |

Sumber: www.syariahmadiri.co.id

Misi dan makna dari Bank Syariah Madiri adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Misi dan Maknanya Bank Syariah Mandiri**

| No | Misi | Penjelasan |
|---|---|---|
| 1 | Mewujudkan pertumbuhan dan | Bahwa pertumbuhan dan keuntungan BSM selalu di atas rata-rata industri |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | |
|---|---|---|
| | keuntungan di atas rata-rata industry yang berkesinambungan | yang dicapai dengan strategi pengelolaan yang mengutamakan SCA (*Suistainable Competitive Advantage)* |
| 2 | Mengutamakan penghimpunan dana umrah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM | Bahwa BSM mengutamakan perhimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM |
| 3 | Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat | Bahwa BSM terus menerus mengembangkan pengelolaan talenta Sumber Daya Manusia (SDM), mulai tahap *attraction, identification, development, deployment, s.d. retention,* dan lingkungan kerja yang sehat |
| 4 | Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan | Bahwa BSM terus menerus berupaya menebar manfaat pada masyarakat dan lingkungan yang meningkat dari waktu ke waktu |
| 5 | Mengembangkan nilai-nilai *Syariah universal* | Bahwa BSM berkomitmen untuk mengembangkan tata kelola berdasarakan ilmu pengetahuan dan nilai-nilai kemanusiaan yang diterima masyarakat secara universal |

Sumber: www.syariahmandiri.co.id

Dalam rangka mewujudkan visi dan misi perusahaan tersebut, insan-insan Bank Syariah Mandiri perlu menyumbangkan (*share)* untuk Bank Syariah Mandiri dengan nilai-nilai yang relatif seragam. BSM *shared value* tersebut adalah *ETHNIC (Excellent, Teamwork, Humanity, Integrity,* dan *Customer Focus).* Berikut adalah penjelasan detail terkait *BSM Shared value.*

**Tabel 4.3 Penjelasan *BSM Shared Value***

| **Nilai** | **Nilai Perilaku Utama (*Core Behaviour)*** |
|---|---|
| *Excellent* *(Imtiyazz)* | Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan<br>a. *Perfection*: berkomitmen kepada kesempurnaan<br>b. *Ownership:* mengembangkan sikap rasa saling memiliki yang positif |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | |
|---|---|
| | c. *Prudence:* menjaga amanah secara hati-hati dengan selalu memperhitungkan resiko atas keputusan yang diambil dan tindakan yang dilakukan<br>d. *Competence:* meningkatkan keahlian sesuai tugas yang diberikan dan tuntutan profesi banker |
| *Teamwork (‘Amal Jammaiy)* | Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi<br>1. *Trust:* mengembangkan sikap saling percaya<br>2. *Result:* memiliki orientasi pada hasil dan nilai tambah bagi *stakeholders*<br>3. *Respect:* menghargai pendapat dan kontribusi orang lain<br>4. *Effective Communication:* mewujudkan iklim lalu lintas yang lancar dan sehat, serta menghindari kegagalan dengan selalu meningkatkan keterampilan berkomunikasi |
| *Humanity (Insaniyah)* | Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang religius<br>1. *Sincerity:* meluruskan niat untuk mendapatkan ridho Allah<br>2. *Universality:* mengembangkan nilai-nilai kebaikan yang secara umum diterima seluruh umat manusia<br>3. *Social Responsibility:* memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan sosial tanpa mengabaikan tujuan perusahaan |
| *Integrity (Shiddiq)* | Memahami dan menaati kode etik profesi dan berfikir serta berperilaku terpuji<br>1. *Honesty:* menjunjung tinggi kejujuran dan nilai setiap perilaku<br>2. *Dicipline:* melaksanakan tugas dan kewajiban sesuai dengan ketentuan dan tuntutan perusahaan serta nilai-nilai syariah<br>3. *Responsibility:* menerima tugas sebagai amanah dan menjalankannya dengan penuh tanggung jawab |
| *Customer Focus* | Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan BSM menjadi mitra yang terpercaya dan menguntungkan |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

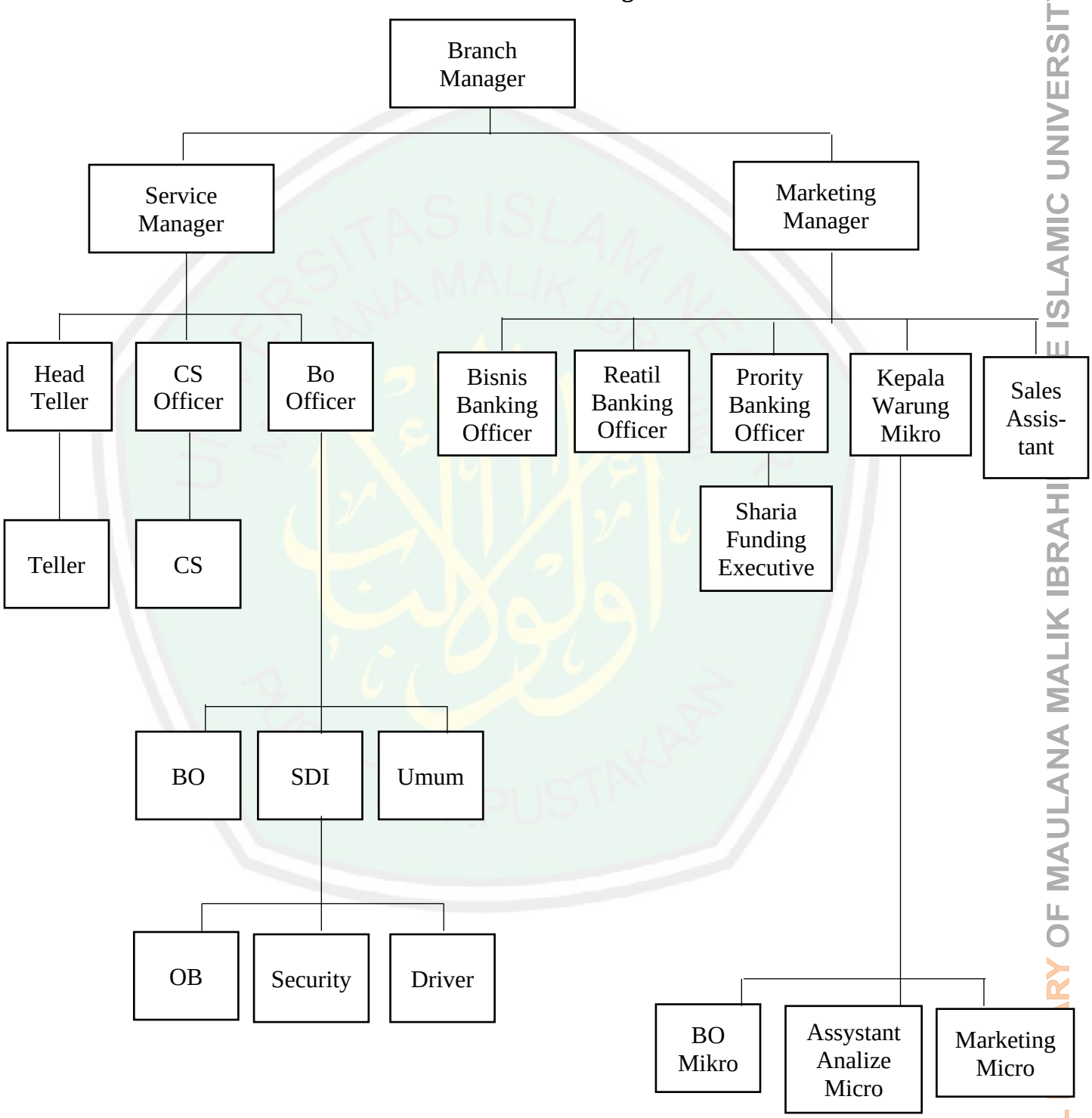
| | |
|---|---|
| *(Tafadhilu Al-Umalaa)* | 1. *Good Corporate:* melaksanakan tata kelola organisasi yang sehat<br>2. *Innovation:* proaktif menggali dan mengimplementasikan ide-ide untuk memberikan layanan yang lebih baik dan lebih cepat dibandingkan dengan competitor<br>3. *Cutomer Satisfying:* mengutamakan pelayanan dan kepuasan pelanggan |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.4. Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Jember

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi**




CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.5. Job Description

Berikut adalah penjelasan terkait *job description* masing- masing divisi Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

*a. Branch Manager*

Ruang lingkup Kepala Cabang mengelola, mengawasi, dan monitor segala aktivitas bank. Kepala Cabang Bank Syariah Mandiri membawahi *service* dan *marketing manager*. Adapun wewenang atau tugas yang dilakukan oleh Kepala Cabang Bank antara lain adalah:

*1)* Mengawasi serta melakukan koordinasi kegiatan operasional.

*2)* Memimpin kegiatan pemasaran dalam perbankan

*3)* Memonitoring kegiatan operasional bank

*4)* Memantau prosedur operasional manajemen risiko.

*5)* Melakukan pengembangan kegiatan operasional.

*6)* Observasi atas kinerja karyawan.

*7)* Memberikan solusi terhadap semua masalah.

*8)* Memberi penilaian terhadap kinerja karyawan

*b. Service Manager*

Devisi ini mempunyai tugas mengkoordinasikan aktivitas operasional bank untuk mendukung pertumbuhan bisnis dengan cara memberikan *service* dan layanan yang terbaik. *Service manager* membawahi *head teller, CS officer* dan *BO officer.*

1) *Head Teller*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*Head teller* mempunyai tugas untuk mengawasi dan mensupervisi teller dalam aktivitas sehari-hari dalam melakukan transaksi, pelayanan, dan keluar masuknya uang. Bagian ini membawahi teller.

2) *CS Officer*

*CS Officer* mempunyai tugas untuk mengawasi dan mensupervisi kegiatan CS dalam pelayanan, transaksi terhadap nasabah. *performance* merupakan hal paling utama. Bagian ini membawahi CS.

3) *BO Officer*

*BO Officer* mempunyai tugas untuk mengawasi semua aktivitas yang berkaitan dengan operasional bank agar berjalan lancar. Bagian ini membawahi BO, SDI, dan Umum.

*c. Marketing Manager*

Devisi ini mempunyai tugas untuk mengkoordinasikan dan mensupervisi *teamwork* dalam aktivitas pemasaran dalam mencapai target dan menjalankan *planning* bank agar efektif dan efisien. Bagian ini membawahi BBO, RBO, PBO, KWM dan SA.

*1) Business Banking Officer*

Bagian ini mempunyai tugas untuk aktivitas pemasaran produk bank dalam sektor pembayaran atau *lending.*

*2) Retail Banking Officer*

Bagian ini mempunyai tugas untuk aktivitas pemasaran produk bank dalam sektor penghimpunan atau *funding.* Tugas ini di bantu SFE.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3) *Priority Banking Officer*

Bagian ini mempunyai tugas untuk pendampingan aktivitas terhadap nasabah priroritas Bank Syariah Mandiri.

4) *Kepala Warung Mikro*

Bagian ini fokus pada pembiayaan kelas menengah ke bawah (untuk usaha kecil menengah). Bagian ini dibantu BO Mikro, AAM, dan pelaksana marketing mikro.

5) *Sales Assistant*

Bagian ini *Support System* Marketing Manager dalam aktivitas pemasaran produk perbankan.

4.1.6. Keunggulan Perusahaan

Berdasarkan laporan CGC Bank Syariah Madiri tahun 2015 telah mengikuti program CGPI sejak tahun 2012 sampai tahun 2015. Program CGPI menilai pelaksanaan CGC periode setelah berjalan.

**Gambar 4.2 Penilaian CGC BSM**

Sumber: Laporan CGC BSM 2015

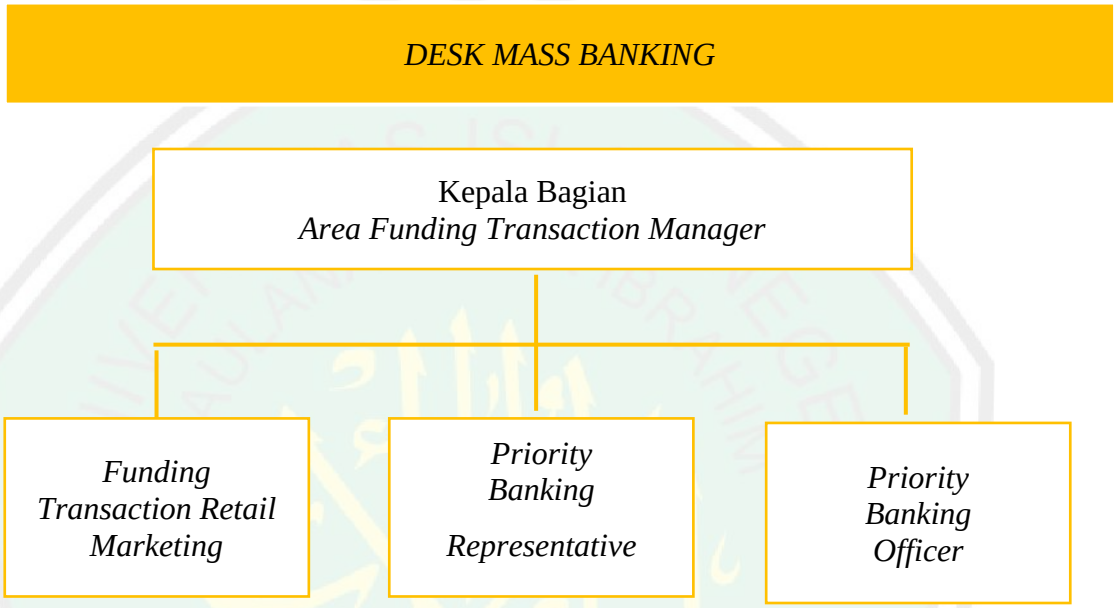
Selama empat periode tahun 2011-2014 BSM dalam program CGPI, BSM memperoleh predikat perusahaan "*The Most Trusted Company*". Capaian peringkat

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*"The Most Trusted Company"* BSM memperoleh gelar berturut-turut menunjukkan BSM berkomitmen dalam mengimplementasikan CGC secara berkelanjutan.

4.1.7. Struktur *Priority Banking Officer*

**Gambar 4.3 Struktur PBO Bank Syariah Mandiri Jember**




Berikut adalah penjelasan terkait *job description* masing- masing *Priority Banking Officer* Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

*a.* Kepala Bagian *Area Funding Transaction Marketing (AFTM)*

1. Tugas pokok: mengelola dan mengawasi seluruh aktivitas pendanaan priority di kantor cabang jember.
2. Tugas Umum:
   1) mengawasi segala aktivitas funding prioritas dan retail prioritas.
   2) mengawasi segala aktivitas funding retail prioritas.
   3) melakukan go worshill, prospek nasabah pada lembaga instansi

*b.* *Funding Transaction Retail Manager* (FTRM)

1. Tugas pokok: memastikan aktivitas penghimpunan dan operasional terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan tepat waktu
2. Tugas Umum:
   1) memastikan transaksi retail penghimpunan dan operasional telah sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan sesuai dengan target

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2) melakukan seluruh kegiatan aktivitas transaksi retail baik penghimpunan dan pembiayaan nasabah.
3) memastikan pelaksanaan seluruh kegiatan administrasi, dokumen, arsip sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

c. *Priority Banking Officer (PBO)*

1. Tugas pokok: membantu pengelolaan kebutuhan perbankan dan memberikan solusi yang tepat untuk perencanaan keuangan nasabah secara menyeluruh
2. Tugas Umum:
   1) mencari nasabah untuk menjadi peserta priority
   2) memberikan *service excellent* kepada nasabah
   3) menjaga pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga)
   4) mendampingi 150 nasabah priority

d. *Priority Banking Representatif (PBr)*

1. Tugas pokok: membantu pengelolaan kebutuhan perbankan dan memberikan solusi yang tepat untuk perencanaan keuangan nasabah secara menyeluruh
2. Tugas Umum:
   1) mencari nasabah untuk menjadi peserta priority
   2) memberikan *service excellent* kepada nasabah
   3) menjaga pertumbuhan DPK (Dana Pihak Ketiga)
   4) mendampingi 100 nasabah priority

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.8 Pembahasan Wawancara Informan

a. Informan Utama : Mbak Shinta

Mbak Shinta Selaku *priority banking representaive* di Bank Syariah Mandiri Jember menjelaskan bahwa dalam sektor perbankan syariah khususnya *priority banking officer* harus ada progres target yang harus terpenuhi. Dalam memenuhi progres target, marketing menggunakan strategi pemasaran guna mendapatkan nasabah (*closing).* Tidak hanya itu, dalam strategi pemasaran terdapat tolok ukur kesuksesan *priority banking officer* di Bank Syariah Mandiri.

> *"Tolok ukur strategi pemasaran priority banking officer yang harus dicapai ada tiga, yaitu: data nasabah (CIF) untuk proses administrasi dan closing, Dana Pihak Ketiga (DPK) karena minimum saldo yakni 500 Juta, dan Produk Holding (sejauh mana produk itu berjalan dan sampai dimana proses itu terjalankan".*

*Priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Jember dalam mendapatkan nasabah masih menerapkan bauran pemasaran karena masih sangat, diantaranya: produk, harga, promosi, tempat, orang-orang, proses, dan bukti fisik. Penerapan tersebut sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) kantor pusat Bank Syariah Mandiri. hal tersebut dibuktikan dengan pernyataan dari mbak Sinta, sebagai berikut:

> *"Dalam bauran pemasaran mencakup beberapa aspek, diantaranya: aspek produk sebetulnya sama dengan yang regular karena masuk kategori dana pihak ketiga, untuk aspek harga pasti keliatan berbeda dari segi saldo minimum, di Bank Syariah Mandiri sendiri saldo minimum sebesar 500 juta rupiah, di priority banking officer menggunakan nisbah bagi hasil nantinya keuntungan akan dibagi dua. Aspek promosi kita lebih dominan ke personal selling karena memang fasilitas dan Service Excellent sesuai dengan SOP. Dan bisa juga melalui nasabah regular yang potensial nantinya. aspek tempat, di Bank Syariah Mandiri Jember, sudah berbeda sekali antara kantor nasabah regular dan kantor nasabah prioritas, dari tempat parkir khusus yang dibedakan, satpam, dan karyawan khusus yang menangani. Untuk aspek orang-orang atau karyawan pastinya melakukan*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*pelayanan dan service excellent sesuai dengan SOP Bank Syariah Mandiri pusat dan setiap karyawan nasabah prioritas mendampingi 80 nasabah prioritas baik di area maupun di cabang. Jika nantinya di si karyawan sedang bertugas di area atau tidak ditempat maka karyawan cabang bisa menggantikan. Dari aspek fisik seperti ruangan, layanan, fasilitas sangat berbeda sekali dengan nasabah regular.*

Penerapan strategi bauran pemasaran *priority banking officer* Bank Syariah Mandiri juga mempertimbangkan aspek *maqashid syariah* yang memegang prinsip kemaslahan ummat. Didalam UU Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008 bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Islam tidak hanya mengajarkan mengenai hal yang bersifat muamalah saja melainkan juga mengatur aturan bisnis yang berlandaskan iman dan berasaskan akidah tidak hanya mementingkan aspek duniawi *(profit)* akan tetapi juga aspek ukhrawi (*syariah oriented).*

*"Maqashid syariah priority banking officer di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember ada beberapa layanan, diantaranya: layanan zakat & ziswaf (pengelolaan urusan duniawi dan ukhrawi/kematian), layanan medhichal check-up, dan investasi kemaslahatan umat.*

Konsep *maqashid syariah* yang ada di layanan *priority banking officer* membuat keunikan tersendiri, hal ini membuat ketertarikan tersendiri dari nasabah non muslim untuk menjadi nasabah prioritasnya. Pasalnya, nasabah non muslim tertarik menjadi nasabah prioritas ingin mempelajari sistem perbankan syariah dan kestabilanya dalam memanajemen keuangan versi syariah.

*"Nasabah non muslim tertarik dengan sistem bagi hasil yang menjadi jargon bank syariah selama ini. Untuk mengetahui secara mendetail konsep nisbah bagi hasil sehingga mendaftarkan diri ke nasabah prioritas. Dan juga, nasabah saya ini yang dari etnis cina, tertarik dengan bank Syariah karena tidak hanya ingin mempelajari sistem bagi hasil, tetapi*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*juga ingin belajar terkait sistem perbankan syariah dan kestabilan perbankan syariah".*

Funding dari nasabah prioritas memberikan sumbangsih terbesar dalam peningkatan *market share* perbankan syariah sebesar 80%. Selebihnya didapatkan dari pembiayaan dan penghimpunan dana lainya.

b. Informan Kedua : Mas Anto

Mas Anto Selaku *priority banking representaive* di Bank Syariah Mandiri Jember menjelaskan bahwa dalam sektor perbankan syariah khususnya *priority banking officer* terdapat tolok ukur kesuksesan marketing. Dalam tolok ukur tersebut harus memenuhi target sebesar 120%. Dalam memenuhi target tersebut ada beberapa prosedur: pertumbuhan dana nasabah, standarisasi pelayanan, dan *based income*. Pertumbuhan dana nasabah merupakan proses awal untuk tolok ukur dan pemenuhan target karena dana dari nasabah akan digunakan untuk pengembangan produk yang lain dan serta akan mendapatkan bagi hasil antara nasabah dan bank syariah. Selanjutnya, standarisasi pelayanan yang diberikan sesuai dengan ketetapan standar operasioanl prosedur dari pusat Bank Syariah Mandiri yang harus lakukan oleh kantor area maupun kantor cabang *priority banking officer.* Mandiri Syariah Prioritas Jember merupakan kantor area yang menaungi 11 cabang kantor diantaranya: Banyuwangi, Genteng, Lumajang, Situbondo, Bondowoso, dll.

Dalam proses pengembangan dana nasabah, standarisasi pelayanan yang sesuai dengan Standar Operasional Prosedur. Bank Syariah Mandiri sebagai lembaga bank syariah selalu memperhatikan aspek *maqashid syariah*, karena sistem maupun

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

setiap transaksi aktivitas keuangan selalu menggunakan aspek *maqashid syariah*. Semua sudah ditetapkan dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

> *"Sistem bank syariah dan juga proses transaksi keuangan selalu memperhatikan aspek maqashid syariah. Dalam penghimpunan dana syariah sudah diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Dimana produk perhimpunan sudah melalui proses yang ketat. Produk yang sudah masuk dalam undang-undang dan diresmikan dengan fatwa MUI".*

Penghimpunan dana ada tiga macam, yakni tabungan, deposito, dan giro yang disebut dengan Dana Pihak Ketiga (DPK). Produk perhimpunan ini menggunakan akad Mudharabah dan Wadiah baik tabungan regular maupun tabungan prioritas. Tabungan prioritas merupakan tabungan istimewa karena penanaman modal yang lebih maka dari itu yang membedakan adalah saldo minimum, pelayanan, dan *service excellent*.

Terkait saldo minimum *priority banking officer* sebesar 500 juta, dengan sistem bagi hasil. Bagi hasil sesuai dengan kesepakatan pas awal akad. Bagi hasil yang diberikan disesuaikan dengan kerja atau pengelolaan pengembangan dalam periode per bulan, jika hasilnya bagus maka nisbah bagi hasil pun naik. Pada proses ini yang menjadi salah satu faktor pembeda dengan bank konvensional, bank konven pada nasabah memberikan bunga tetap artinya hasil yang diberikan pada pengembangan dana tidak mempengaruhi bunga tersebut.

> *"Sistem bagi hasil sama dengan produk penghimpunan, yang menjadi pembeda yakni dana yang ditanamkan nasabah diatas 100 juta sebesar 17%, untuk dana yang dibawah 100 juta sebesar 12%. Proses nisbah juga mengikuti kegiatan perkembangan usaha yang dilakukan. Dalam prioritas dana sebesar 500 juta, apabila dalam pengembangan dana tersebut bagus pada bulan pertama hasilnya juga bagus, sistemnya*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*menyesuaikan kinerja selama 1 bulan. Pada bank konven faktor pengembangan dana tidak berpengaruh terhadap peningkatan bunga".*

Pada proses persaingan ini, harus ada strategi tersendiri dalam promosi produk. para karyawan dalam memasarkan tabungan mudharabah prioritas melalui beberapa cara: yang pertama nasabah potensial, artinya bahwa kemampuan nasabah pada penanaman dananya diatas seratus juta dan mau menyampai saldo minimum dari nasabah prioritas. Nasabah potensial juga dilihat dari status pekerjaan, semisal seorang dokter, Dll. Yang kedua *personal selling*, artinya nasabah potensial dilakukan dengan cara pendekatan personal agar mau berpindah dari nasabah regular menjadi nasabah prioritas. Sistemnya bukan *door to door* melainkan dari personal ke personal. Yang ketiga nasabah *resisting* artinya, nasabah yang sudah menjalani pembiayaan ritail diatas tiga ratus juta rupiah. Dan terakhir para karyawn melihat beberapa persentasi dari lembaga BUMN terkait kondisi keuangan yang nantinya berpotensi menjadi nasabah prioritas.

*"Priority banking officer mempunyai promosi terfokus pada nasabah potensial. Nasabah potensial, nasabah yang kemampuan danaya yang mendekati saldo minimum prioritas dan juga nasabah potensial dilihat dari pekerjaanya, semisal dia menjadi dokter".*

Untuk memudahkan dalam aktivitas keuangan bersama nasabah prioritas, Mandiri Syariah Prioritas Jember dibagi menjadi dua yakni *Priority Banking Officer (PBo) dan Priority Banking Representatif* (PBr) yang khusus menangani area Jember. Jobdisk maupun struktural sama yang membedakan yakni pada jumlah dampingan. Untuk satu karyawan PBO mendampingi 100 nasabah, dan untuk 1 karyawan PBr mendampingi 150 nasabah.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Sumber daya manusia pada Mandiri Syariah Jember sudah mendapatkan *training*, karena pada awal bekerja di Bank Syariah Mandiri tidak selalu ditempatkan langsung pada divisi prioritas. Dalam *training* juga mengajarkan hubungan antara nasabah dengan karyawan dengan konsep "partner".

> *"Kalo dulu nasabah adalah raja, seorang karyawan akan memenuhi kebutuhan dari nasabah tersebut. Akan tetapi konsep itu sudah berubah menjadi "partner" jadi hubungan saling menguntungkan antara nasabah dengan karyawan. Karyawan juga sebagai advisor fungsinya sebagai memberikan opsi-opsi atas kegiatan transaksi keuangan".*

Seorang karyawan juga bisa sebagai *advisor* artinya, segala aktivitas keuangan maupun sosial bisa direkomendasikan dan nasabah tinggal memutuskan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

c. Informan Ketiga : Pak Jumartono

Pak Jumartono selaku *area funding transaction manager* di Bank Syariah Mandiri Jember menjelaskan bahwa dalam sektor perbankan syariah khususnya *priority banking officer* terdapat tolok ukur kesuksesan marketing. *Area funding transaction manager* adalah bagian dari penanggung jawab *funding* atau pendanaan mandiri syariah baik priority maupun regular dan bertanggung jawab dalam pengembangan dana sesuai dengan target yang menjadi acuan. AFTM fokus pada funding perserorangan dan lembaga akan tetapi mempunyai ruang lingkup yang luas karena fokusnya pada nasabah regular dan prioritas.

Tolok ukur marketing dalam perspektif *area funding transaction manager* ada tiga, diantaranya: dana, transakasi, dan *fee based*. Ketiga hal ini merupakan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kegiatan yang memiliki fokus tertentu guna mendapatkan pencapaian yang maksimal.

> *"Ada tiga faktor yang menjdi fokus utama yakni, 1. Dana (dana merupakan hal utama pada bagian funding), 2. Transaksi (transaksi merupakan salah satu step terkait closing nasabah). 3. Fee based (fee based adalah merupakan proses pendapatan laba dari fasilitas yang digunakan oleh nasabah baik regular maupun prioritas)".*

AFTM Mandiri Syariah Kantor Cabang Jember merupakan area atau pusat dari daerah yang menaungi delapan kantor cabang mandiri syariah. Dalam hal tolok ukur kesuksesan mencerminkan target Dana Pihak Ketiga (DPK) yang berada pada area Jember ini.

> *"Terkait Dana Pihak Ketiga (DPK) termasuk funding. Funding adalah target utama dari AFTM. Untuk total dari funding keseluruhan berjumlah 1 triliun 12 miliar dalam waktu 1 tahun. Kalo difokuskan pada DPK priority dalam satu tahun mencapai 807 miliar".*

Pencapaian diatas merupakan pencapaian dari ketentuan dana pihak ketiga Mandiri Syariah Kantor Cabang jember. Jadi, *area funding transaction manager* juga memiliki tolok ukur tersendiri dalam proses target, yaitu realisasi dan angka.

> *"AFTM mempunyai dua target yaitu realisasi dan angka. Untuk realisasi itu fokus pada operasional dan layanan. Untuk yang angka maksudnya dalam satu tahun kita menargetkan berapa triliun yang akan didapat".*

Dalam proses pencapaian target dan realiasasi selalu memperhatikan *maqashid syariah* (prinsip-prinsip syariah islam). Dalam menjalankan proses tersebut kita lembaga syariah notabene bank syariah mandiri sudah sepatutnya menjaga ketentuan-ketentuan syariah dalam setiap kegiatan transaksi keuangan. Dalam hal ini juga selaras dengan konsep visi dan misi dari Bank Syariah Mandiri, yakni

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

menerapakan ketentuan-ketentuan aspek syariah dengan tetap mencapai target yang tepat.

> *"Visi dan misi dibuat untuk menjadi acuan kerja yang ditentukan. Misalnya setahun, yaitu acuan kerja selama setahun itu ada landasan dalam membuat kebijakan dan strategi. Dan pastinya visi misi itu harus mempunyai target dan harus sesuai".*
>
> .

Dalam mencapai target guna mendapatkan laba, dalam hal ini harus menciptakan strategi dalam pemasaran. Dalam teori pemasaran terdapat teori bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah proses memasarkan produk kepada nasabah agar mendapatkan laba. Bauran pemasaran memiliki 7 aspek yaitu, produk, harga, promosi, tempat, proses, orang, dan bukti fisik.

> *"Dalam teori bauran pemasaran salah satunya ada produk. Produk tujuanya ada beberapa macam diantaranya untuk mencari laba, proses lending, produk tabungan, dan pemasaran. Pencarian laba merupakan suatu hal yang penting, karena setiap lembaga baik perusahaan jasa, barang, institusi, dll. Pasti untuk mendapatkan laba. Proses lending bertujuan untuk menyalurkan pembiayaan pada nasabah yang membutuhkan dana, dan pada saat itu produk digunakan untuk mempermudah dalam mengkategorikan kebutuhan nasabah".*

Produk tabungan lebih mengarah pada proses *funding* atau penanaman modal nasabah kepada kita, dalam hal ini juga untuk menyediakan kebutuhan nasabah. Terakhir adalah pemasaran yang befungsi memberikan segala kebutuhan dan keinginan dari nasabah sendiri baik regular maupun prioritas. Pada aspek produk terdapat tolok ukur guna menjadikan produk agar lebih menarik investor.

> *"Tolok ukur dari produk mandiri syariah priority adalah breakdown artinya laporan keuangan yang disajikan berbentuk file nantinya akan di share ke beberapa objek. Dalam mekanisme breakdown itu ada ada tiga tahap, breakdown perbulan, breakdown pertriwulan, dan breakdown pertahun. Breakdown tersebut nantinya akan dikirim ke*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk dinilai dan di publik fungsinya untuk menarik investor".*

Disamping menarik investor produk ini guna mendapatkan laba, dalam sebuah perusahaan jasa atau barang tujuan utamanya adalah laba. Tahapan laba sendiri terbagi menjadi 3 macam yaitu, proses Dana Pihak Ketiga (DPK), menjaga kualitas pembiyaan agar tidak macet, dan *fee based income*.

*"Dalam mencari laba ada tiga tahapan: 1. Dana Pihak Ketiga (DPK) itu meliputi (tabungan, giro, dan deposito). Dalam DPK ini masuk dalam bagian funding atau penghimpunan dana (penanaman modal dari nasabah). 2. Menjaga kualitas pembiayaan jangan sampai macet. Dalam lembaga syariah pembiayaan itu tidak ada bunga, makanya jangan sampai macet. Beda lagi sama konven semakin telat nasabah membayar maka bank konven tersebut akan semakin untung karena Bungan akan digandakan. 3. Fee based merupakan komponen (laba) yang diperoleh tanpa adanya proses. Maksudnya fasilitas yang digunakan oleh nasabah ada biaya tersendiri. Contohnya adalah penggunaan Anjungan tunai Mandiri (ATM)".*

Dalam pemasaran produk untuk mendapatkan sebuah laba, ada 2 tahapan dalam proses harga karena memang sebuah produk harus ada harga guna menarik sebuah nasabah dalam penanaman modal. Apalagi dalam lembaga keungan syariah karena faktor harga juga menjadi aspek yang penting guna menetukan laba diakhir periode bulan dan nisbah bagi hasilnya.

*"Proses pada aspek harga memiliki 2 tahapan, yakni: 1. Tersentral (semua yang menghandle itu pusat, jadi alurnya dari cabang ke area dan langsung ke pusat). 2. Nisbah bagi hasil fluktuasi (lembaga syariah dalam hal funding menggunakan sistem nisbah artinya pembagian sesuai dengan kesepakatan tapi sifatnya fluktuatif. Fluktuatif itu kadang tinggi kadang rendah (tidak tentu) karena hal tersebut dipengaruhi oleh pengembangan dana yang dilakukan setiap perbulan. Jadi nisbah tersebut di sepakati pada akhir bulan. Beda sama konven, konven itu pakai bunga jadi bunganya ditentukan diawal sebesar berapa persen. Bunga tidak mempengaruhi apapun artinya kinerja dalam proses pengembangan dana tidak*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*mempengaruhi hasil. Hasil rendah dan tinggi tidak akan mempengaruhi bunga tersebut".*

Konsep bunga pada bank konvensional sangatlah berbeda dengan konsep nisbah bagi hasil pada bank syariah. Konsep bunga pada bank konvensional ditekankan pada perjanjian diawal dan tidak berpengaruh dengan aktivitas pengembangan dana. Konsep nisbah bagi hasil pada bank syariah ditekankan pada perjanjian diakhir dan dipengaruhi oleh aktivitas pengembangan di akhir. Jadi nisbah bagi hasil dapat betambah dan berkurang sesuai porsi bagi hasil dan laba yang didapatkan dari aktivitas pendanaan.

*"Nisbah bagi hasil adalah konsep bank syariah dalam pembagian keuntungan. Nisbah bagi hasil dipengaruhi oleh kinerja pengembangan aktivitas dana. Besar kecilnya nisbah itu tergantung hal tersebut makanya nisbah disepakati diakhir bulan. Dalam hal ini tidak ada yang dirugikan karena memang porsinya sesuai hasil yang didapat diakhir. Pada kasus krisis moneter tahun 1998 semua bank konven colaps (bangkrut) kecuali bank syariah karena keuntungan yang bersifat fluktuatif itu dipengaruhi oleh kinerja aktivitas pengembangan dana, dan pembagian keuntungan di bagi pada akhir bulan. Jadi, tidak mengurangi asset dan laba dari perusahaan itu sendiri. Jika pada bank konven itu konsepnya Bunga, Bunga adalah keuntungan, Bunga diatur dan disepakati diawal. Jadi Bunga tidak dipengaruhi oleh kinerja aktivitas pengembangan dana. Bunga sifatnya tidak fluktuatif, jadi ya besar kecilnya dari aktivitas pengembangan dana tidak mempengaruhi bunga. Pada kasus krismon banyak bank konven yang bangkrut karena tidak bisa membayar bunga kepada nasabah".*

Dalam proses penentuan nisbah bagi hasil tidak lepas dari peran karyawan atau staff kepada nasabah prioritas. Peran karyawan tidak hanya memberikan penentuan dalam proses bagi hasil kepada nasabah melainkan juga memberikan opsi yang terbaik atas keuntungan nasabah secara masimal, dan juga sifatnya memaksa maka

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dalam penentuan produk ataupun kegiatan lainya yang melibatkan tidak ada unsur intervensi. Jadi sesuai dengan prinsip *maqashid syariah*.

> *"Peran karyawan mandiri syariah priority ada banyak tapi yang begitu signifikan ada 3 tahap, yakni: 1. Memberikan opsi kepada nasabah jika dananya sudah mencapai saldo minimum syariah priority (memberikan sebuah opsi). 2. Karyawan hanya memberikan pilihan kepada nasabah, nasabah yang menentukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Dalam hal ini tidak ada unsur paksaan dan lain sebagainya. 3. Dari tiga opsi tersebut memberitahukan kepada nasabah bahwa dalam funding Dana Pihak Ketiga (DPK) nisbah bagi hasil yang paling besar adalah di deposito. artinya proses ini memberikan opsi biar sama sama menguntungkan".*

Proses dalam menisbahkan bagi hasil harus ada nasabahnya, tidak hanya karyawan mandiri syariah priority tapi juga ada nasabah prioritas. Karyawan tidak hanya memberikan opsi terhadap kepada nasabah tapi juga mendapatkan nasabah prioritas untuk menanamkan modalnya ke bank syariah mandiri. Dalam proses *closing* karyawan memiliki beberapa cara diantaranya, kedekatan hubungan antara karyawan dan nasabah, hubungan bisnis yang sudah lama terjalin, transaksi bisnis, dan *referral*.

> *"Ada 4 tahap, yakni: kedekatan hubungan antara karyawan dan nasabah, hubungan bisnis yang sudah lama terjalin, transaksi bisnis. Yang terakhir yakni colabs antara divisi bank syariah mandiri dengan mandiri syariah priority. Konsep yang gagas adalah referral, artinya kebutuhan nasabah yang diarahkan kepada produk lain. Contoh: nasabah priority ingin membeli rumah, maka produk rumah pada bank syariah mandiri bisa dicolabs untuk memenuhi kebutuhan nasabah priority".*

Konsumen dalam lembaga perbankan disebut dengan nasabah, nasabah dibagi menjadi nasabah regular dan nasabah prioritas. Nasabah pada perbankan syariah tidak hanya yang beragama islam tapi juga ada non islam. Dalam perbedaaan agama

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pelayanan pada bank syariah tidak ada perbedaaan sama sekali, yang membedakan pada nasabah regular dan nasabah prioritas.

> *"Nasabah prioritas non muslim dari kalangan cina dan biarawati. Tapi saya tidak mempunyai data. Tidak hanya diarea saja tapi dicabang area jember juga ada. Konsep bank syariah itu universalitas artinya tidak membedakan perihal agama, selama dana dan sumber perolehan sesuai dengan kriteria syariah kenapa tidak boleh. Dan dalam perolehan fasilitas kita tidak membeda bedakan antara nasabah muslim dan non muslim. Nasabah adalah orang yang menanamkan dananya pada lembaga perbankan".*

Dalam perbankan syariah tidak membeda bedakan antara ras, agama, maupun yang lainya. Titik puncak permasalahan terletak pada sumber dananya. Dalam penghasilan sumber dana harus jelas dari mana asalnya, karena proses yang begitu selektif dari perbankan syariah. Tidak asal masuk menjadi nasabah perbankan. Jadi, harus melewati beberapa filter untuk kategori nasabah prioritas karena memang dananya yang cukup besar sehingga perlu proses selektif. Dalam proses tersebut sudah menerapkan prinsip *maqashid syariah.*

> *"Ada beberapa faktor, diantaranya: 1. Prosedur yang sangat selektif. Nasabah prioritas tidak hanya perorangan tapi juga perusahaan. Perusahaan dalam menjadi nasabah prioritas dilihat dulu dari sumber perolehan. Perusahaan jika sumber perolehan dari rokok, alkohol, dan perhotelan itu tidak boleh, kecuali khusus perhotelan syariah. Karena perusahaan tersebut lebih mengarah pada larangan syariah. Perusahaan tidak boleh jika pendapatanya dilarang oleh agama islam, terkait payroll itu boleh meskipun dari perusahaan rokok. Jadi untuk payroll gaji yang didapat boleh menjadi nasabah prioritas karena orangnya bukan perusahaanya. Jika nanti saldo mencukupi yang nanti akan di upgrade menjadi nasabah prioritas. 2. Kurang promosi. 3. Competitor (musuh) Competitor tidak hanya berasal dari bank konven tapi juga berasal dari bank syariah. Maka competitor menjadi faktor penghambat dalam perkembangan market share lembaga bank syariah".*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dalam konsep inilah yang menjadi faktor *market share* perbankan syariah menjadi tidak sabil dan dominan turun dari waktu kewaktu. Perlu adanya prinsip prudensial dalam menghimpun dana dan menyalurkanya karena memang benar-benar menerapkan prinsip *maqahid syariah*.

d. Informan Keempat : Mas Birbik

Mas Birbik selaku *priority banking officer* di Bank Syariah Mandiri Jember menjelaskan bahwa dalam sektor perbankan syariah khususnya *priority banking officer* terdapat tolok ukur kesuksesan marketing. Pencapaian *priority banking officer* difokuskan dalam penanaman modal dan pengembangan dana. Pengembangan modal dan pengembangan dana diperlukan *service excellent* dan pelayanan *one stop financial service* guna menarik nasabah prioritas. Banyaknya nasabah prioritas yang menanamkan dananya pada Mandiri Syariah Priority dampaknya pertumbuhan pengembangan dana akan meningkat dan keuntungan bagi hasil keduanya juga akan berpengaruh.

> *Priority banking officer adalah target penting dalam pencapaian bisnis area Jember, secara asset nasabah prioritas memiliki asset di bank sebesar 50%, karena nasabah prioritas menanamkan modalnya ke bank dalam jumlah yang besar maka perlu adanya fokus stratgei pemasaran dalam segmen ini. Priority banking officer bertugas menambah dan mengelola nasabah priority untuk meningkatkan growth (dana) serta melakukan one stop finansial service untuk meningkatkan fee based income. Jadi, semakin banyak kualitas layanan yang diberikan priority banking officer, maka semakin banyak asset nasabah yang dipercayakan untuk dikelola dan semakin besar keuntungan yang didapatkan area dari pengelolaan nasabah prioritas.*

Prospek nasabah prioritas untuk menanamkan dananya kepada Mandiri Syariah Priority itu sifatnya *profit oriented.* Mandiri Syariah Prioritas tidak hanya fokus

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pada hal tersebut tapi juga pada *syariah oriented*, hal ini dibuktikan dengan pemasaran yang berlandaskan dengan al qur'an, Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN). Maka dalam proses pemasaran untuk menarik investor dan proses pengembangan dana juga berbagi keuntungan disesuaikan dengan keputusan-keputusan lembaga tersebut agar tetap pada jalur syariah.

> *"Bank Syariah Mandiri merupakan lembaga syariah yang menjadi landasanya adalah al qur'an dan MUI, dan fatwa DSN. Maka dalam setiap aktivitas itu diatur dan diawasi agar sesuai dengan ajaran agama islam dan tetap menggunakan prinsip maqashid syariah. Jadi dalam lembaga syariah, semua aktivitas keungan baik funding, lending, dll. Itu sesuai dengan alqur,an. ada ketetapan MUI, fatwa DSN yang mengatur konsep dan teknisnya. Jadi untuk penerapanya mengacu pada ketiga hal tersebut dan selama belum ada ketetapan lain tetap mengacu pada koridor agama karena memang ini lembaga syariah".*

Setiap aktivitas pemasaran, keuangan, dll pada Mandiri Syariah Priority tetap memegang prinsip *maqashid syariah*. Aturan-aturan yang terkait dengan aktivitas keuangan dan pemasaran selalu memiliki indikator baik dari segi syariah maupun segi Standar Operasional Prosedur (SOP). Segi syariah harus mematuhi al-Qur'an, MUI, dan fatwa DSN agar sesuai dengan *maqashid syariah* karena ini lembaga syariah. tidak hanya itu, pada Standar Operasional Prosedur (SOP) harus mengikuti lembaga Bank Syariah Mandiri Priority pusat. Kantor pusat menjadi acuan untuk seluruh area yang ada di Indonesia termasuk kantor area Mandiri Syariah Priority Jember.

> *"Strategi mempunyai acuan khusus seperti pelayanan dan service excellent itu sesuai dengan pusat. Di kantor area seperti Jember tinggal menerapkan saja dan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ada".*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Proses perkembangan Mandiri Syariah Priority tidak lepas dari strategi pemasaran, dalam strategi pemasaran terdapat beberapa cara, salah satunya adalah pemasaran produk untuk ditawarkan kepada nasabah. Dari pemasaran produk merupakan strategi bauran pemasaran, strategi bauran pemasaran mempunyai beberapa aspek, diantaranya: produk, harga, tempat, promosi, proses, bukti fisik, dan orang-orang.

> *"Strategi bauran pemasaran masih sangat efektif sekali. Dalam kompenen bauran pemasaran banyak aspek yang mendukung dalam menjalankan aktivitas pemasaran di Mandiri Syariah Priority Kantor Area Jember".*

Aspek produk Mandiri Syariah Priority memiliki karakteristik yang sama dengan produk tabungan regular. Keduanya sama tapi yang membedakan dari segi kriteria khusus seperti jumlah minimal saldo, fasilitas yang didapat, dan pelayanan. Perbedaaan sesuai dengan penanaman modal nasabah kepada bank syariah mandiri. pada konsep ini mengacu pada keadilan. Bagi siapa yang menanamkan dananya lebih maka perlu mendapatkan fasilitas yang lebih pula. Produk tabungan prioritas dan produk tabungan regular disebut dengan Dana Pihak Ketiga (DPK). DPK merupakan pengkategorian penghimpunan dana nasabah kepada bank syariah. DPK meliputi deposito, tabungan, dan giro. Penambahan lainya seperti sukuk ritel negara dll.

> *"Produk mandiri syariah priority sama seperti produk mandiri syariah lainya. Yang membedakan terletak pada pelayanan, fasilitas dan service excellent. Karena pada dasarnya funding itu Dana Pihak Ketiga*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*(DPK) yaitu tabungan, deposito, dan giro. Dan ditambahkan dengan reksadana, sukuk ritel negara yang ditawarkan kepada nasabah priority".*

Mandiri Syariah Prioritas termasuk dalam Dana Pihak Ketiga (DPK), mandiri syariah prioritas mempunyai syarat pada minimum saldo yakni sebesar 500 juta, syarat tersebut untuk menjadi nasabah prioritas. Selain penanaman dana juga ada perkembangan dana, proses pengembangan dana maka mendapatkan nisbah bagi hasil, dalam bank syariah keuntungan kedua belah pihak disebut dengan nisbah bagi hasil yang di bagi setelah periode satu bulan. Pada konsep ini memang menunggu perkembangan dana terlebih dahulu setelah itu dibagi hasilnya.

*"Mandiri syariah priority menawarkan kepada nasabah yakni minimal penempatan dana untuk menjadi nasabah priority sebesar 500 juta dengan pembagian nisbah (bagi hasil) yang kompetitif). Konsep nisbah ini pada mandiri syariah adalah keuntungan yang didapat kedua belah pihak atas pengembangan dana. nisbah bagi hasil ditentukan diakhir bulan karena sifatnya yang fluktuatif".*

Menarik investor untuk menanamkan dananya ke bank syariah tidak mudah, perlu adanya strategi khusus pada bank tersebut. Lembaga bank syariah dalam melakukan pemasaran tidak hanya mempertimbangkan target tapi juga proses selektif dari nasabah itu sendiri. Sumber pendanaan yang jelas dan harus sesuai dengan prinsip syariah.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*"Dalam strategi pemasaran pada aspek promosi yakni ada 3 tahap: 1. Nasabah yang menempatkan dananya di bank mandiri syariah minimal 500 juta bisa menjadi nasabah prioritas. Nasabah ini disebut dengan nasabah potensial karena dalam penempatan dananya langsung menjadi nasabah prioritas. 2. Nasabah perorangan dapat upgrade menjadi nasabah priority dengan memenuhi persyaratan yang berlaku. Jadi untuk kategori ini nasabah regular yang saldonya sudah mencapai nominal akan ditawari menjadi nasabah prioritas. 3. Personal selling ke beberapa institusi perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan perorangan yang memiliki usaha perumahan dll".*

Bank Syariah Mandiri Jember adalah kantor area yang menaungi beberapa kantor cabang. Diantaranya, Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, dan Lumajang. Beberapa kantor cabang yang berada dalam lingkup area Jember. Pada setiap cabang memiliki kantor layanan prima yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah prioritas. Kantor cabang yang tersebar di berbagai kota memudahkan untuk menarik investor dan memnuhi kebutuhan dari nasabah prioritas agar lebih mudah dijangkau.

*"Mandiri Syariah Priority Jember merupakan kantor area. Kantor area menaungi kantor cabang. Area Jember menaungi sebanyak 8 kantor cabang diantaranya: Genteng, Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, dll. Dengan jumlah kantor layanan priority yang tersebar di beberapa kantor*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*cabang mempermudah para nasabah priority untuk mendapatkan pelayanan mandiri syariah priority".*

Memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah prioritas merupakan tanggung jawab dari pegawai Mandiri Syariah Priority. Yang sudah tertera di Standar Operasional Prosedur. Standar Operasional Prosedur menjadi acuan pelayanan dan *service excellent* guna memenuhi permintaan nasabah. Pegawai Mandiri Syariah Priority sebelum melaksanakan standar operasional prosedur harus mengikuti proses *training* guna menciptakan sumber daya manusia yang sesuai dengan visi dan misi Mandiri Syariah Priority Jember.

*"Karyawan divisi mandiri syariah priority ada proses training terlebih dahulu. Karyawan mandiri syariah priority itu diambil dari divisi lain seperti back office, front office. Maka dari itu dalam proses training ada pembekalan yang disesuaikan dengan standar operasional prosedur Mandiri Syariah Priority".*

Pada setiap strategi bauran pemasaran yang diterapkan akan berpotensi meningkatkan minat investor dalam menanamkan dana pada lembaga bank syariah dan juga berdampak pada meningkatnya *market share* bank syariah. Meskipun *market share* sejauh ini belum memberikan peningkatan yang signifikan karena memang proses selektif dalam memilih nasabah dan sumber penghasilanya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.9. Klarifikasi Tema Temuan Hasil Observasi dan Wawancara Lapang

Informasi yang telah di dapatkan dari seorang informan diolah kembali dan diklasifikasikan menjadi tema-tema, hal ini bertujuan untuk memfokuskan pembahasan dan mempermudah pembaca dalam memahami informasi yang disajikan. Klasifikasi tema dibawah digali dari informan melalui wawancara yang dimana penemuan tema ini masuk dalam penjabaran pembuatan analisis. Klasifikasi tema dan hasil penggalian informasi terhadap informasi disajikan berikut ini:

1. Produk

Tabungan prioritas merupakan penghimpunan dana dari nasabah guna untuk memudahkan segala aktivitas transaksi keuangan yang ada di Bank Syariah Mandiri karena memiliki keistimewaan dalam pelayanan serta fasilitas. Tabungan prioritas ini sama seperti tabungan regular, produk penghimpunan dana terbagi menjadi tiga: tabungan, deposito, giro yang biasa disebut Dana Pihak Ketiga (DPK). Penghimpunan dana bank syariah sudah diatur dalam Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah dan di sahkan oleh Fatwa MUI dan DSN. Yang menjadi pembeda antara penghimpunan lainya adalah saldo minimum, pelayanan, dan *service excellent*. Jadi, untuk semua produk penghimpunan benar-benar sudah mempertimbangkan aspek *maqashid syariah*.

Penghimpunan dana terkhusus tabungan prioritas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memberikan peran dalam proses pengembangan sektor pembiayaan dan juga perkembangan market share perbankan syariah. Dalam proses penghimpunan dana kepada nasabah, masih menggunakan data nasabah potensial

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

seperti pada pekerjaan yang keuangan lebih stabil seperti dokter, karyawan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dll.

Orang-orang yang berminat dengan produk ini adalah orang yang melihat sisi bagi hasil yang ada di bank syariah mandiri. Bagi hasil yang ada dibank syariah disesuai pada pengembangan dana pada setiap periode bulan, jika mengalami kenaikan maka akan bagi hasil pun akan naik.

a. Akad yang digunakan

Pada produk penghimpunan dana tabungan prioritas ini di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember menggunakan akad mudharabah atau wadiah. Dengan kata lain bank bebas menggunakan danaya untuk dikembangkan ke sektor lain guna menghasilkan laba untuk dibagi hasilkan kepada penananam modal. Mas Anto selaku *priority banking representatif* menyatakan bahwa:

> *"Akad yang digunakan dalam tabungan ini sama seperti penghimpunan, ada akad Wadiah, Mudharabah. Kami memberikan opsi berserta keterangan. Nasabah tinggal menentukan keinginan yang sesuai dengan kebutuhan".*

Hal tersebut juga sesuai dengan pernyataan dari mbak Sinta selaku divisi *priority banking representatif*, sebagai berikut:

> *"Dari segi produk sebetulnya sama dengan yang regular karena masuk kategori Dana Pihak Ketiga (DPK)".*

b. Manfaat *Priority Banking Officer*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Manfaat yang diperoleh ketika menjadi nasabah prioritas pada produk penghimpunan dana prioritas

1. Memiliki rencana keuangan yang spesifik
2. Alokasikan pengeluaran secara bijak
3. Buat catatan keuangan secara detail
4. Mulai investai sejak dini
5. Sisihkan dana darurat

c. Kriteria nasabah priority

Adapun kriteria nasabah untuk mendapatkan layanan priority, sebagai berikut:

1. Nasabah perorangan yang menempatkan dananya di Bank Syariah Mandiri total saldo atau protofolio minimal RP 500 juta atau jumlah lain yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri dalam dua produk pendaaan yaitu tabungan-giro atau tabungan mudharabah-muthlaqah tabungan berjangka atau deposito-tabungan.
2. Nasabah perorangan dapat upgrade menjadi nasabah priority dengan syarat memenuhi ketentuan yang berlaku.

d. Syarat menjadi nasabah priority

Berikut persyratan untuk menjadi nasabah priority:

1. Mengisi aplikasi permohonan nasabah Bank Syariah Mandiri Priority, baik nasabah baru maupun nasabah regular (*upgrade*) dengan membawa identitas seperti KTP dan NPWP.
2. Mengisi formulir hak dan kewajiban antara nasabah dan bank

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Telah melalui proses *Enchanged Due Diligint* (EDD) dengan mengacu pada Surat Edaran Umum No.13/017/UMM Tanggal 20 Desember 2011 perihal Revisi Pelaksaan Program Anti Pencucian Uang (APU) dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (PPT).
4. Memenuhi kriteria nasabah priority

2. Price

Harga merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran, harga merupakan variabel yang unik karena bisa menciptakan *cash in flow*, jadi suatu perusahaan harus menentukan harga dari produk sebelum dijual dengan mempertimbangkan keuntungan yang diperoleh. Keuntungan besar yang diperoleh oleh bank dari hasil pengelolaan, maka nasabah juga mendapatkan keuntunganya berupa nisbah bagi hasil, sesuai dengan kesepakatan awal yang ditanda tangani.

Bank Syariah Mandiri dalam penghimpunan dananya menerapkan bagi hasil terhadap penanam modal. Bagi hasil yang diterapkan jika penanaman diatas seratus juta rupiah sebesar tujuh belas persen, tidak hanya itu bagi hasil juga juga dipengaruhi oleh aktivitas pengembangan dana yang dilakukan bank. Bagi hasil bisa naik dan juga bisa turun karena pengaruh aktivitas pengembangan dalam setiap periode bulan.

Minimum saldo yang ada pada mandiri syariah prioritas yakni sebesar lima ratus juta rupiah untuk memenuhi menjadi nasabah prioritas dan mendapatkan berbagai pelayan dan *service excellent*.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Promotion

Semua perusahaan jasa pasti melakukan promosi, dengan tujuan untuk menawarkan produknya kepada masayarakat agar lebih dikenal dan juga menjaring nasabah agar membelinya. Proses pengenalan poduk dengan segala kelebihanya sebagai daya tarik. Mbak Sinta menyatakan:

> *"Untuk yang promosi kita lebih dominan ke personal selling karena memang fasilitas dan service excellent sesuai dengan SOP. Dan bisa juga melalui nasabah regular yang potensial nantinya".*

Apa yang dikatakan mbak Sinta diperkuat dengan pernyataan dari M Dwiyanto, menyatakan:

> *"Priority banking officer mempunyai promosi terfokus pada nasabah potensial. Nasabah potensial, nasabah yang kemampuan danaya yang mendekati saldo minimum prioritas dan juga nasabah potensial dilihat dari pekerjaanya, semisal dia menjadi dokter".*

Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa salah satu langkah awal dalam tahap promosi adalah target potensial, dimana nasabah regular bisa menjadi nasabah prioritas atas perkembangan dananya yang sudah mencapi saldo minimum pada mandiri syariah priority dan pada faktor pekerjaan seperti dokter karena lebih stabil dan penanaman dananya lebih banyak. Dan diikuti dengan *support* pendekatan personal agar proses *closing* lebih mudah dan efisien. Dan terakhir

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dengan nasabah *resisting*, nasabah potensial yang berada dalam naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) baik personal maupun secara instansi.

4. Place

Dalam kegiatan dalam memuaskan nasabah tidak hanya berpaku pada tahap penjualan produk melainkan dalam tahap tempat karena fasilitas yang lengkap dapat mempenngaruhi hubungan dengan nasabah. Dalam berhubungan dengan nasabah tidak hanya melalui perantara tetapi juga nasabah datang untuk merasakan fasilitas yang tersedia.

Demi kenyamanan nasabah Mandiri Syariah Priority melayani nasabah dengan maksimal yang sesuai dengan standar operasional prosedur pelayanan dan *service excellent* dari pihak pusat Bank Syariah Mandiri. Tempat nasabah regular dan nasabah priority itu berbeda, mulai tempat parkir, security, pelayan, dll. seperti pernyataan dari mbak Sinta:

> *"BSM Jember, sudah berbeda sekali antara kantor nasabah regular dan kantor nasabah prioritas, dari tempat parkir khusus yang dibedakan, satpam, dan karyawan khusus yang menangani".*

Dapat diketahui bahwasanya dilihat dari segi unsur bauran pemasaran yaitu lokasi atau tempat di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember teletak di Jl PB Sudirman No 44-45 Jember yang berada ditengah pusat kota dan tengah keramaian, akses menuju ke lokasi sangatlah mudah dan strategis dan juga kantor-kantor

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

pemerintah sehingga ketika nasabah ingin melakukan transaksi dapat menjangkau dengan mudah.

5. People

Dalam pemasaran produk jasa, orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa. Strukrur organisasi Mandiri syariah priority Jember yang khsusus mengurusi nasabah prioritas ada 2 divisi yakni *priority banking officer dan priority banking representatif.* Pembagian *priority banking officer* sebagai *office* menangani 150 nasabah prioritas. Sedangkan *priority banking representatif s*ebagai staff menangani 100 nasabah. Terkait tugas, wewenang, dan jobdisk sama yang membedakan terletak pada pendampingan nasabah prioritas. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari mas Anto:

> *"Kantor area Jember ada 4 orang yang menangani nasabah prioritas. Terbagi menjadi dua divisi yakni priority banking officer, dan priority banking representatif. Kalo priority banking officer itu menangai 150 nasabah prioritas, untuk yang priority banking representatif menangani 100 nasabah".*

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari mbak Sinta selaku divisi *priority banking representative* di Bank Syariah Mandiri Jember,

> *"Untuk orang-orang atau karyawan pastinya melakukan pelayanan dan service excellent sesuai dengan SOP BSM pusat dan setiap karyawan nasabah prioritas mendampingi 100 nasbah prioritas baik di area maupun*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*di cabang. Jika nantinya di si karyawan sedang bertugas di area atau tidak ditempat maka karyawan cabang bisa menggantikan".*

Dalam pengembangan dan peningkatan kualitas aspek sumber daya manusia yang ada di Bank Syariah Mandiri, selalu ada *training* dan pelatihan. Karena ketika masuk divisi mandiri syariah priority, pengalaman kerja selalu tidak relevan. Biasanya ada yang dari CS, teller, dan sebagainya. Jadi untuk aspek sumber daya benar-benar sudah diberikan *training* sebaik mungkin sebelum melakukan kegiatan atau hubungan dengan nasabah prioritas.

6. Procces

Mandiri Syariah Priority terkenal dengan pelayanan dan *service excellent* yang istimewa. Semua itu bertujuan untuk memudahkan dalam proses transaksi keuangan nasabah prioritas. Seperti pernyataan dari mbak Sinta, sebagai berikut:

*"Nasabah harus membawa id card atau kartu identitas nasabah priority jika mau datang ke kantor pusat, area, maupun kantor cabang. Jadi kartu identitas berfungsi guna untuk memberi tanda pengenal, dan bahwa nasabah ini berhak memiliki pelayanan dan service istimewa dari mandiri syariah priority. Kartu nasabah priority tinggal menunjukkan kepada security agar diarahkan ke bagian konter layanan prioritas. Dan jika tidak ada konter layanan, maka petugas prioritas akan melayani secara langsung. Yang pasti, nasabah dengan identitas prioritas tidak perlu mengantri dan memang mendapatkan pelayanan istimewa".*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Proses penjadwalan terhadap nasabah priority yang dilakukan oleh *priority banking officer* dengan melakukan *appointment* (perjanjian) terlebih dahulu. Perjanjian pertemuan dengan nasabah akan dihubungi oleh *priority banking officer*, kemudian ditanyakan terkait kondisi nasabah, kebutuhan nasabah, atau menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah. Ketika nasabah ingin melakukan pertemuan pihak mandiri syariah menyesuaikan dengan jadwal nasabah prioritas agar tidak mengganggu aktivitasnya.

Setelah melakukan penjadwalan, nasabah akan dilayani sesuai prosedur pelayanan yang ada di Bank Syariah Mandiri oleh *priority banking officer* dimana jika pertemuan terjadi di Konter Mandiri Syariah Priority nasabah akan dilayani sesuai dengan keperluan dan kebutuhan dari nasabah kemudian permintaan akan segera diproses. Proses permintaan nasabah tergantung dari tingkat *Service Level Agreement* (SLA) oleh produk atau jasa yang nasabah butuhkan. Sebagai contoh, nasabah ingin menstranfer uang maka PBO akan mempersiapkan slip transfer kemudian akan diberikan kepada teller untuk diproses. Lama proses transfer oleh teller sekitar lima belas menit dan proses permintaan nasabah priority akan didahulukan.

Saat permintaan atau transaksi sudah selesai dilakukan maka nasabah akan ditanya kembali oleh PBO tentang kebutuhan lainya jika nasabah sedang tidak terburu-buru. Nasabah akan diajak berbincang-bincang oleh PBO dan PBO akan dengan senang hati mendengarkan kebutuhan nasabah.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

7. Physical Evidence

Suatu lingkungan dimana pelayanan disampaikan dan perusahaan berinteraksi dengan nasabah yang didukung oleh segala komponen yang memudahkan dalam pelaksanaan serta komunikasi untuk kenyamanan nasabah ketika berkunjung ke kantor guna melakukan kegiatan transaksi keuangan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari mbak Sinta:

> *"Dari segi fisik seperti ruangan, layanan, fasilitas sangat berbeda sekali dengan nasabah regular".*

Dalam ini membuktikan bahwa bukan hanya dalam segi pelayanan dan *service*, tapi dari segi bangunan, ruangan tampak berbeda. Dalam Mandiri Syariah Prioritas biasa disebut dengan Kantor Layanan Prioritas (KLP) dimaksudkan tersedianya ruang tunggu untuk nasabah prioritas yang akan memberikan kenyamanan lebih dalam melakukan transaksi keuangan.

**Tabel 4.5 Hasil Reduksi Data dengan Triangulasi**

| No | Tema | Pernyataan Informan | Indikator |
|---|---|---|---|
| 1 | Implementasi **Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer*** Di Tinjau Dari **Perspektif *Maqashid Syariah*** (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember) | **1. Produk *(Product)***<br><br>Dari segi produk sebetulnya sama dengan yang regular karena **masuk kategori DPK**, (Sinta, 20 Agustus 2020).<br><br>Sebetulnya namanya bukan tabungan proritas, akan tetapi sama seperti produk penghimpunan yang lain seperti **tabungan, giro, deposito atau yang biasa disebut dengan DPK (dana pihak ketiga).** Nah untuk pembeda dari semua | **Bauran Pemasaran**<br>1. Produk<br>2. Price<br>3. Place<br>4. Promotion<br>5. People<br>6. Procces<br>7. Physical Evidence<br><br>***Priority Banking Officer***<br>1. layanan |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | penghimpunan prioritas ini terletak di saldo minimum, pelayanan, serta fasilitas. Untuk saldo minimum sebesar 500 juta,<br>(Anto, 25 Agustus 2020).<br><br>**DPK (dana pihak ketiga) dana pihak ketiga itu meliputi (tabungan, giro, dan deposito).** Dalam DPK ini masuk dalam bagian funding atau penghimpunan dana (penanaman modal dari nasabah),<br>(Jumartono, 1 September 2020).<br>Produk Mandiri Syariah Priority sama seperti produk mandiri syariah lainya. Yang membedakan terletak pada pelayanan, fasilitas dan *service excellent*. **Karena pada dasarnya *funding* itu Dana Pihak Ketiga (DPK) yaitu tabungan, deposito, dan giro.** Dan ditambahkan dengan reksadana, sukuk ritel negara yang ditawarkan kepada nasabah priority,<br>(M.A Birbik, 5 September 2020).<br><br>**2. Harga *(Price)***<br><br>Untuk yang aspek harga pasti keliatan berbeda dari segi saldo minimum, di **BSM sendiri saldo minimum sebesar 500 juta rupiah,** di PBO menggunakan nisbah bagi | 2. service excellent<br>3. Sumber daya<br><br>**Maqashid Syariah**<br>1. Hifdz Din<br>2. Hifdz Nafs<br>3. Hifdz Aql<br>4. Hifdz Nasl<br>5. Hifdz Maal |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | hasil nantinya keuntungan akan dibagi dua,<br>(Sinta, 20 Agustus 2020).<br><br>Jadi untuk sistem bagi hasil sama dengan produk penghimpunan, yang menjadi pembeda yakni dana yang ditanamkan nasabah diatas 100 juta sebesar 17%, untuk dana yang dibawah 100 juta sebesar 12%. **proses nisbah juga mengikuti kegiatan perkembangan usaha yang dilakukan. dalam prioritas dana sebesar 500 juta,** apabila dalam pengembangan dana tersebut bagus pada bulan pertama hasilnya juga bagus, sistemnya menyesuaikan kinerja selama 1 bulan. Kalo di konven kan tidak ada seperti itu, berdasarkan Bunga yang didapat dari kesepakatan awal. Maksudnya, jika ada peningkatan dana yang dikembangnya ya bunganya tetap saja,<br>(Anto, 25 Agustus 2020).<br><br>Mandiri Syariah Priority menawarkan kepada nasabah yakni **minimal penempatan dana untuk menjadi nasabah priority sebesar 500 juta dengan pembagian nisbah (bagi hasil) yang kompetitif).** Konsep nisbah ini pada mandiri syariah adalah keuntungan yang didapat kedua belah pihak atas | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | pengembangan dana. Nisbah bagi hasil ditentukan diakhir bulan karena sifatnya yang fluktuatif, (M.A Birbik, 5 September 2020).<br><br>**3. Promosi *(Promotion)***<br><br>Untuk yang promosi kita lebih dominan ke ***personal selling* karena memang fasilitas dan *service excellent*** sesuai dengan SOP. Dan bisa juga melalui **nasabah regular yang potensial nantinya,** (Sinta, 20 Agustus 2020).<br><br>Yang menjadi andalan promosi *priority banking officer* yakni pada **nasabah potensial**. Nasabah potensial, nasabah yang kemampuan danaya yang mendekati saldo minimum prioritas dan juga nasabah potensial dilihat dari pekerjaanya, semisal dia menjadi dokter. Kami juga melakukan pendekatan secara *personal selling*, konsep ***personal selling prioritas*** kepada nasabah yang memiliki kemampuan dana tersebut agar bisa dialihkan dari regular ke prioritas, personal selling di prioritas bukan pada *door to door* atau dari nasabah satu ke yang lainya. Ada juga nasabah *resisting*, maksudnya nasabah yang sudah menggunakan proses retail diatas saldo sebesar | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 300 juta, itu bisa juga ditawari menjadi nasabah prioritas. Dan yang terakhir melalui **persentase BUMN,** artinya kami mendekati golongan BUMN yang memiliki stabilitas keuangan dan minim resiko. Kami melihat dari persentasi yang tertera dalam grafik kami,<br>(Anto, 25 Agustus 2020).<br><br>Nasabah prioritas itu saldo minimum banyak, jadi penawaran kepada nasabah biasanya sudah kenal sebelumnya. Ada 4 tahap, yakni: **kedekatan hubungan antara karyawan dan nasabah, hubungan bisnis yang sudah lama terjalin, transaksi bisnis.** Yang terakhir yakni *colabs* antara divisi bank syariah mandiri dengan mandiri syariah priority. Konsep yang gagas adalah *referral*, artinya kebutuhan nasabah yang diarahkan kepada produk lain. contoh: nasabah priority ingin membeli rumah, maka produk rumah pada bank syariah mandiri bisa dicolabs untuk memenuhi kebutuhan nasabah priority, (Jumartono, 1 September 2020).<br><br>Dalam strategi pemasaran pada aspek promosi yakni ada 3 tahap: | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | 1. Nasabah yang menempatkan dananya di bank mandiri syariah minimal 500 juta bisa menjadi nasabah prioritas. nasabah ini disebut dengan **nasabah potensial** karena dalam penempatan dananya langsung menjadi nasabah prioritas.<br>2. **Nasabah perorangan dapat *upgrade* menjadi nasabah priority** dengan memenuhi persyaratan yang berlaku. Jadi untuk kategori ini nasabah regular yang saldonya sudah mencapai nominal akan ditawari menjadi nasabah prioritas.<br>3. ***Personal selling*** ke beberapa institusi perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan perorangan yang memiliki usaha perumahan dll.<br>(M.A Birbik, 5 September 2020).<br><br>**4. Lokasi *(Place)***<br><br>Untuk yang tempat, kalo adek ke BSM Jember, **sudah berbeda sekali antara kantor nasabah regular dan kantor nasabah prioritas,** dari tempat parkir khusus yang dibedakan, satpam, dan karyawan khusus yang menangani,<br>(Sinta, 20 Agustus 2020).<br><br>Di Jember itu disebut area, **area prioritas Jember menaungi 8 cabang** | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | **kantor priority** diantaranya: Lumajang, Jember, Banyuwangi, Genteng, Situbondo, Bondowoso. Nah terkadang dalam setiap kota ada yang dua karena luas wilayah yang begitu besar, (Anto, 25 Agustus 2020).<br><br>Mandiri Syariah Priority Jember merupakan kantor area. Kantor area menaungi kantor Cabang. **Area Jember menaungi sebanyak 8 kantor cabang** diantaranya: Genteng, Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, dll. Dengan jumlah kantor layanan priority yang tersebar di beberapa kantor cabang mempermudah para nasabah priority untuk mendapatkan pelayanan mandiri syariah priority, (M.A Birbik, 5 September 2020).<br><br>**5. Orang *(People)***<br><br>Untuk orang-orang atau karyawan pastinya melakukan pelayanan dan *service excellent* sesuai dengan SOP BSM pusat dan setiap karyawan nasabah prioritas mendampingi 100 nasbah prioritas baik di area maupun di cabang. Jika nantinya di si karyawan sedang bertugas di area atau tidak ditempat maka karyawan cabang bisa menggantikan, | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | (Sinta, 20 Agustus 2020).<br><br>Semua petugas yang ada dimandiri syariah priority melakukan *training* terlebih dahulu bertujuan agar dalam memahami divisi dan jobdisk lebih mudah, dan pendalaman dalam hal pengetahuan, keterampilan, kualitas pelayanan, dan penampilan sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku di Mandiri Syariah Priority,<br>(Anto, 25 Agustus 2020).<br><br>Untuk karyawan itu sebelum masuk dalam divisi Mandiri Syariah Priority ada proses *training* terlebih dahulu. Karyawan mandiri syariah priority itu diambil dari divisi lain seperti *back office, fornt office*. Maka dari itu dalam proses *training* ada pembekalan yang disesuaikan dengan standar operasional prosedur Mandiri Syariah Priority,<br>(M.A Birbik, 5 September 2020).<br><br>**6. Proses *(Procces)***<br><br>Nasabah harus membawa **id card** atau kartu identitas nasabah priority jika mau dating ke kantor pusat, area, maupun kantor cabang. Jadi **kartu identitas** berfungsi guna untuk memberi tanda pengenal, dan bahwa nasabah ini berhak | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | memiliki pelayanan dan *service* istimewa dari mandiri syariah priority. **Kartu nasabah priority** tinggal menunjukkan kepada security agar diarahkan ke bagian konter layanan prioritas. Dan jika tidak ada konter layanan, maka petugas prioritas akan melayani secara langsung. Nasabah dengan identitas prioritas tidak perlu mengantri dan memang mendapatkan pelayanan istimewa.<br>Dalam hal pelayanan lebih akrab dan mendalam dalam berbicara dalam aspek sopan santun dan tata krama. dalam penampilan formal dan rapi. Ketika nasabah datang ke kantor priority maka petugas mandiri syariah priority memperlakukan sebagai partner dan menanyakan segala kebutuhan serta keinginanya,<br>(Sinta, 20 Agustus 2020).<br><br>Peran karyawan mandiri syariah priority ada banyak tapi yang begitu signifikan ada 3 tahap, yakni:<br>1. **Memberikan opsi kepada nasabah** jika dananya sudah mencapai saldo minimum syariah priority (memberikan sebuah opsi)<br>2. **Karyawan hanya memberikan pilihan kepada nasabah,** nasabah | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | yang menentukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Dalam hal ini tidak ada unsur paksaan dan lain sebagainya.<br>3. Dari tiga opsi tersebut memberitahukan kepada nasabah bahwa dalam funding Dana Pihak Ketiga (DPK) nisbah bagi hasil yang paling besar adalah di deposito. Artinya proses ini **memberikan opsi biar sama sama menguntungkan.** (Jumartono, 1 September 2020).<br><br>**7. Bukti Fisik *(Physical Evidence)***<br><br>Dari segi fisik seperti ruangan, layanan, fasilitas sangat berbeda sekali dengan nasabah regular, (Sinta, 20 Agustus 2020).<br><br>*Physical evidence* pada Mandiri Syariah Priority dibuat dengan kondisi dan geografi lingkungan disesuaikan dengan keadaan sekitar agar tercipta kenyamanan dalam berkunjung ke Mandiri Syariah Priority, dekorasi dibuat seperti rumah sendiri, penampilan staff kepegawaian rapi dan sopan, (M.A Birbik, 5 September 2020). | |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## 4.2 Urgensi Maqashid Syariah

Ekonomi islam secara fundamental sangat berbeda sekali dengan ekonomi saat ini. Tidak hanya itu islam juga mengatur sistem ekonomi yang ada didalamnya, sistem itu ialah syariah. Sistem syariah yang menjadi indikator hukum dalam menanggapi pandangan dunia, sasaran, dan strategi. Hal ini yang membedakan antara ekonomi islam dan ekonomi sekuler. Tujuan-tujuan islam (*maqashid syariah)* memiliki konsep humanis artinya tidak hanya *profit oriented* saja melainkan kebahagian manusia (*falah)* dan kehidupan yang baik (*hayatan thayyibah)* yang menekankan pada aspek persaudaraan (*ukhuwah)*, keadialan sosio-ekonomi, dan kebutuhan spiritual umat manusia. Hal ini disebabkan karena manusia memiliki derajat yang sama disisi tuhan-Nya yakni sebagai khalifah di bumi dan sebagai hamba-Nya, yang tidak akan merasakan ketenangan dan kebahagian kecuali adanya keseimbangan antara materil dan spiritual.

Tujuan-tujuan syariah (*maqashid syariah)* memiliki semua yang dibutuhkan oleh manusia untuk mengimpelementasikan aspek *falah* dan *hayatun thayyibah* dalam ketentuan-ketentuan syariat. Imam Ghazali mengatakan memasukan semua yang dianggap penting guna memperkaya iman, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda dalam *maqashid.*

Kebijakan Imam Ghazali meletakan keimanan diurutan pertama dalam *maqashid syariah.* Dalam islam sesungguhnya iman merupakan pondasi dasar/isi bagi kehidupan manusia. Iman mengatur hubungan-hubungan *habluminalloh* dan *hablumminannas* yang teratur, tujuanya yakni untuk kebahagiaan umat manusia. Tidak hanya itu, iman juga sebagai filter moral alokasi dan distribusi sumber-sumber daya versi keadilan sosial-ekonomi, persaudaraan, dan menjadi sistem pendorong untuk mencapai target dalam proses pemenuhan kebutuhan secara merata.

Dalam pengambilan keputusan tanpa didasari dengan keimanan dalam rumah tangga, ruang direksi perusahaan, pasar atau politburo, maka kemustahilan dalam pewujudan pemerataan dan efisiensi dalam alokasi sumber-sumber daya untuk meminimalisir ketidakstabilan makroekonomi dalam memerangi kejahatan, keresahan, ketegangan, dan berbagai *simpton* penyakit *anomie* (Chapra, 2008).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Imam Ghazali meletakkan harta benda dalam urutan terakhir karena bukan tujuan itu sendiri. Ia merupakan media perantara, meskipun harta benda bisa merealisasikan manusia akan kebahagian. Harta benda tidak bisa mengantarkan hal ini, kecuali mengalokasikan dan mendistribusikan secara merata. Apabila hal itu menjadi tujuanya sendiri akan berdampak pada ketidakmerataan, ketidakseimbangan, dan perusak lingkungan yang nantinya membuat hilangnya kebahagiaan masyarakat sekarang maupun masa depan (Chapra, 2008).

Tujuan yang berjumlah tiga berada di posisi tengah (kehidupan, akal, dan keturunan) hubungan dengan manusia sendiri, tujuan utama syariah yakni kebahagiaan. Dalam alokasi sumber-sumber daya dapat dibantu melalui komitmen moral bagi perlindungan bukan melalui sistem harga dan lingkungan pasar sekuler. Justru yang harus dilindungi dan diperkaya yakni kehidupan, akal, dan keturunan, bukan notabene yang khusus kelas atas saja. Semua faktor yang dibutuhkan untuk melindungi dan memperkaya tiga tujuan ini untuk semua manusia harus dianggap sebagai kebutuhan. Begitu juga seperti pemenuhan kebutuhan-kebutuhan lainya seperti makanan, sandang, pangan yang cukup, pendidikan intelektual dan spiritual, lingkungan yang sehat (tidak ada kejahatan, ketegangan, dan minim polusi), akses kesehatan, transportasi yang aman, dan bersilaturrahmi dengan para saudara dan keluarga serta kondisi sosial dan menciptakan hidup yang bermartabat (Chapra, 2000).

Kebutuhan yang terpenuhi dengan cara ini akan memberikan dampak pada masa sekarang dan masa depan dalam keadaan kedamaian, kenyamanan, sehat, dan efisien serta mampu berkontribusi secara baik bagi realisasi *falah* dan *hayatan thayyibah.* Setiap traksaksi yang tidak mendukung akan terjadinya *falah* dan *hayatun thayyibah*, menurut Ibnu Qayyim, tidak mencerminkan hikmah dan tidak dapat dianggap efisien atau merata (adil) (Chapra, 2000).

Dari penjabaran diatas, merupakan penerjemahan urgensi *maqashid syariah* sebagai bentuk implementasi bauran pemasaran pada sebuah lembaga syariah yang menjadi ciri khas serta pembeda dengan institusi lain karena maksud-maksud tertentu dan tujuan yang lebih dari lembaga lainya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## 4.3 Pembahasan

### 4.3.1. Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

*American Marketing Association (AMA)* mendefinisikan pemasaran suatu fungsi organisasi dan serangkain proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan jangka pendek maupun jangka panjang dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentinganya. Menurut Hurriyati (2008) pemasaran jasa merupakan proses penyelarasan sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan pesaing melalui strategi bauran pemasaran *(marketing mix).* Kesimpulan diatas menegaskan bahwa tujuan dari bauran pemasaran adalah hal yang sangat menarik dan juga merupakan sebuah keniscayaan untuk mempercepat pengembangan perbankan syariah di Indonesia (Danupranata, 2013).

Bauran Pemasaran merupakan cara dimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumenya yang memerlukan perencanaan dan pengawasan yang matang serta perlu dilakukan tindakan-tindakan yang konkrit. Untuk keperluan tersebut pengusaha dapat melakukan tindakan-tindakan yang terdiri dari 4 macam, yaitu tindakan mengenai produk, harga, distribusi atau penempatan produk dan promosi (Gitosudarmo, 2001). Pemasaran jasa orientasinya lebih kepada kepuasan nasabah. Untuk itu pemasaran jasa perlu memperhatikan unsur lainya yaitu *people, physical, evidence* dan *process*. Pelayanan yang baik dari penyedia jasa *(people)* akan membentuk suatu *physical evidence* pada pelanggan akibat proses pemberian jasa yang dilakukan sangat baik. Dari *physical evidence* yang telah terbentuk memungkinkan untuk peningkatan jumlah pelanggan yang ingin menggunakan jasa layanan yang sama (Laila, 2011).

Bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut Lupiyoadi (2014) yakni alat pemasar yang terdiri dari berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi bauran pemasaran yang ditetapkan dapat berjalan sukses dan lancar. Bauran pemasaran pada produk yang kita kenali

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik antara produk barang dan produk jasa.

Unsur-unsur bauran pemasaran mempunyai perbedaan antara perusahaan jasa dengan barang, hal ini terkait dengan kategori antara jasa dan barang. Dengan demikian berikut implementasi unsur-unsur bauran pemasaran *priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember:

*1. Product* (Produk)

*Priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memiliki produk tabungan prioritas atau bisa disebut layanan istimewa. produk ini sama seperti dengan tabungan biasa atau regular karena termasuk kategori Dana Pihak Ketiga (DPK). Yang membedakan dengan tabungan lainya adalah jumlah minimal saldo dan fasilitas layanan yang diberikan. Produk Layanan Prioritas termasuk produk penghimpunan dana di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang menggunakan akad Mudharabah, maksudnya pihak bank diberikan pembatasan oleh pemilik dana (nasabah prioritas) dalam hal tempat, cara, dan atau objek investasi. Dari hasil penemuan tersebut pada saat wawancara langsung terhadap nasarasumber *priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember berdasarkan penerapan yang ada dilapangan.

*2. Price* (Harga)

Bank Syariah Mandiri Priority adalah layanan segmen menengah ke atas yang mempunyai pengendapan dana dibank dengan saldo minimal 500 juta atau jumlah yang sudah ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri dengan sistem bagi hasil. Yang menjadi pembeda yakni dana yang ditanamkan nasabah diatas 100 juta sebesar 17%, untuk dana yang dibawah 100 juta sebesar 12%. Proses nisbah juga mengikuti kegiatan perkembangan usaha yang dilakukan. Dalam prioritas dana sebesar 500 juta, apabila dalam pengembangan dana tersebut bagus pada bulan pertama hasilnya juga bagus, sistemnya menyesuaikan kinerja selama 1 bulan.

Setiap nasabah akan dilayani secara khusus oleh *priority banking officer*, baik layanan financial maupun non financial. Bank syariah akan memberikan layanan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ektra terhadap nasabah yang berkontribusi lebih, terkhusus nasabah yang menempatkan porsi dana yang signifikan dalam jumlah nominal tertentu. Yang demikian disebut dengan nasabah prioritas, dengan layanan ekstra yang disebut dengan layanan prioritas.

Layanan prioritas ada untuk memudahkan segala transaksi keuangan nasabah, dimana sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah istimewa. Nasabah istimewa dilatarbelakangi oleh penanaman dana yang lebih besar dibandingkan nasabah lainya sesuai dengan syarat-syarat yang ditetapkan. Maka dalam hal ini, pelayanan dan *service excellent* diberikan sesuai dengan porsi atau kontribusinya.

*3. Place* (Tempat)

Mandiri Syariah Priority mempunyai tempat sendiri dalam hal tempat, gedung, dll. mandiri syariah priority termasuk area yang ada di Jember. Area tersebut menaungi beberapa cabang disekitarnya, diantaranya: Lumajang, Jember, Banyuwangi, Genteng, Situbondo, dll. Terkait tempat yang ada dalam mandiri syariah priority sudah berbeda sendiri ketika hendak ingin masuk ke Bank Syariah Mandiri Jember. Dalam area mandiri syariah priority Jember gedung nasabah priroitas dibedakan dengan gedung nasabah reguler, akan tetapi jika di cabang kantor layanan prioritas terletak didalam gedung bank syariah mandiri tapi tetap sesuai dengan konter layanan yang ada di area Jember.

Dapat diketahui bahwasanya dilihat dari segi unsur bauran pemasaran yaitu lokasi atau tempat di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember teletak di Jl PB Sudirman No 44-45 Jember yang berada ditengah pusat kota dan tengah keramaian, akses menuju ke lokasi sangatlah mudah dan strategis dan juga kantor-kantor pemerintah sehingga ketika nasabah ingin melakukan transaksi dapat menjangkau dengan mudah.

*4. Promotion* (promosi)

Proses promosi *priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember menggunakan beberapa cara pendekatan, diantaranya nasabah potensial

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dari aspek pekerjaan, *personal selling*, nasabah *resisting*, dan persentase karyawan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dari segi keuangan.

Mandiri syariah priority apa yang disampaikan dalam proses promosi kepada nasabah prioritas selalu real dan sesuai dengan ketentuan atau standar operasional prosedur di Bank Syariah Mandiri dan juga sesuai visi dan misi Bank Syariah Mandiri. Jadinya fasilitas dan pelayanan yang ada dalam brosur sesuai dengan bukti fisik yang ada di kantor layanan prioritas.

*5. People* (orang-orang)

Dalam pemasaran produk jasa, orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa. Strukrur organisasi Mandiri syariah priority Jember yang khsusus mengurusi nasabah prioritas ada 2 divisi yakni *priority banking officer dan priority banking representatif.* Pembagian *priority banking officer* sebagai *office* menangani 150 nasabah prioritas. Sedangkan *priority banking representatif s*ebagai staff menangani 100 nasabah. Terkait tugas, wewenang, dan jobdisk sama yang membedakan terletak pada pendampingan nasabah prioritas. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari mas Anto:

> *"Kantor area Jember ada 4 orang yang menangani nasabah prioritas. Terbagi menjadi dua divisi yakni priority banking officer, dan priority banking representatif. Kalo priority banking officer itu menangai 150 nasabah prioritas, untuk yang priority banking representatif menangani 100 nasabah".*

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari mbak Sinta selaku divisi *priority banking representative* di Bank Syariah Mandiri Jember,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*"Untuk orang-orang atau karyawan pastinya melakukan pelayanan dan service excellent sesuai dengan SOP BSM pusat dan setiap karyawan nasabah prioritas mendampingi 100 nasbah prioritas baik di area maupun di cabang. Jika nantinya di si karyawan sedang bertugas di area atau tidak ditempat maka karyawan cabang bisa menggantikan".*

Dalam pengembangan dan peningkatan kualitas aspek sumber daya manusia yang ada di Bank Syariah Mandiri, selalu ada *training* dan pelatihan. Karena ketika masuk divisi mandiri syariah priority, pengalaman kerja selalu tidak relevan. Biasanya ada yang dari CS, teller, dan sebagainya.

Mandiri Syariah Priority Jember dalam menjalin hubungan dengan nasabah bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, maka dari itu dalam hal pencapaian kualitas sumber daya manusia di bank syariah memberikan *training* terlebih dahulu. Dalam hal ini bertujuan agar dalam memahami divisi per jobdisk agar lebih mudah, dan pendalaman pengetahuan, keterampilan, kualitas pelayanan, dan penampilan sesuai. Semua hal ini selaras dengan Standar Operasional Prosedur yang berlaku di Mandiri Syariah Priority. Karena petugas priority dalam hal penempatan sumber daya manusia tidak tetap dan dari divisi lain seperti: teller, atau CS, dll. Semua proses diatas bertujuan untuk Mandiri Syariah Priority dalam menjawab tantangan dari dunia perbankan syariah sendiri yakni menciptakan sumber daya manusia yang unggul dan insani.

*6. Procces* (proses)

Proses Mandiri Syariah Priority dalam memenuhi kebutuhan nasabah dengan cara perjanjian *(appoinment).* Pertemuan antara nasabah dengan petugas mandiri

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

syariah priority dihubungi melalui via telpon dan kemudian menanyakan kebutuhan nabasah prioritas yang ingin dipenuhi. Untuk jadwal pertemuanya ditentukan oleh nasabah prioritas agar tidak menggangu aktivitas dari nasabah prioritas. Apabila nasabah prioritas ingin datang ke kantor mandiri syariah priority maka segala fasilitas dan kebutuhan akan di berikan, dan akan memproses permintaan dari nasabah prioritas. Sebagaimana pernyataan dari mbak Sinta sebagai berikut:

Proses dalam melayani nasabah prioritas sesuai dengan prosedur dan menggambarkan rincian kegiatan secara menyeluruh. Kegiatan tersebut dilakukan oleh siapa saja yang terlibat guna meminimalisir dampak dan kesalahan yang terjadi. Dalam hal ini, memastikan agar semua aktivitas yang terjadi sesuai dengan yang diharapkan serta tujuan.

Proses penjadwalan terhadap nasabah priority yang dilakukan oleh *priority banking officer* dengan melakukan *appointment* (perjanjian) terlebih dahulu. Perjanjian pertemuan dengan nasabah akan dihubungi oleh *priority banking officer*, kemudian ditanyakan terkait kondisi nasabah, kebutuhan nasabah, atau menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan nasabah. Ketika nasabah ingin melakukan pertemuan pihak mandiri syariah menyesuaikan dengan jadwal nasabah prioritas agar tidak mengganggu aktivitasnya.

Setelah melakukan penjadwalan, nasabah akan dilayani sesuai prosedur pelayanan yang ada di Bank Syariah Mandiri oleh *priority banking officer* dimana jika pertemuan terjadi di Konter Mandiri Syariah Priority nasabah akan dilayani sesuai dengan keperluan dan kebutuhan dari nasabah kemudian permintaan akan segera diproses. Proses permintaan nasabah tergantung dari tingkat *Service Level Agreement* (SLA) oleh produk atau jasa yang nasabah butuhkan. Sebagai contoh, nasabah ingin menstranfer uang maka PBO akan mempersiapkan slip transfer kemudian akan diberikan kepada teller untuk diproses. Lama proses transfer oleh

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

teller sekitar lima belas menit dan proses permintaan nasabah priority akan didahulukan.

Saat permintaan atau transaksi sudah selesai dilakukan maka nasabah akan ditanya kembali oleh PBO tentang kebutuhan lainya jika nasabah sedang tidak terburu-buru. Nasabah akan diajak berbincang-bincang oleh PBO dan PBO akan dengan senang hati mendengarkan kebutuhan nasabah.

7. *Physical Evidence* (bukti fisik)

Dilihat dari aspek bangunan atau gedung yang digunakan oleh Mandiri Syariah Priority Kantor Cabang Jember sebagai kantor khusus nasabah priority didalam kantor sendiri memberikan kenyamanan tersendiri bagi karyawan maupun nasabah prioritas. Mandiri Syariah Priority memiliki fasilitas fisik yang baik seperti lahan parkir khusus, ruang tunggu khsusus, brosur khsusus, musholla, dapur, dll. Hal ini bertujuan ketika karyawan berinteraksi dengan nasabah yang didukung oleh segala komponen yang memudahkan dalam pelaksanaan serta komunikasi untuk kenyamanan nasabah ketika berkunjung ke kantor guna melakukan kegiatan transaksi keuangan. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari mbak Sinta:

> *"Dari segi fisik seperti ruangan, layanan, fasilitas sangat berbeda sekali dengan nasabah regular".*

Dalam ini membuktikan bahwa bukan hanya dalam segi pelayanan dan *service*, tapi dari segi bangunan, ruangan tampak berbeda. Dalam Mandiri Syariah Prioritas biasa disebut dengan Kantor Layanan Prioritas (KLA) dimaksudkan tersedianya ruang tunggu untuk nasabah prioritas yang akan memberikan kenyamanan lebih dalam melakukan transaksi keuangan.

Dalam kaitan ini, sebuah bank mengeluarkan layanan prioritas, bentuk layanan yang diberikan kepada pangsa pasar premium. Segmen nasabah demikian sangat penting bagi perusahaan, karena dana yang ditanamkan diperusahaan sangat besar.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Oleh karena itu penting untuk menjadikanya sebagai bagian dari pada strategi perusahaan (Johannes, 2009).

Lembaga perbankan adalah bisnis pelayanan (*services*) dan kepercayaan (*trust*), bisnis jasa yang berdasarkan azas kepercayaan sehingga perlu penekanan pada saluran distribusi dalam bauran pemasaran jasa. Di samping itu, Pemasaran jasa sangat dipengaruhi oleh interaksi antara produsen dan konsumen serta nilai tambah *good corporate governance* perusahaan bagi para pemangku kepentingan. Hal ini disebabkan karena *good corporate governance* (GCG) membentuk pola kerja manajemen yang bersih, transparan, dan professional (BTP) serta menghindari *fraud* (kecurangan). Implementasi secara konsisten akan menarik minat investor, baik domestik maupun asing (Gozali, 2012). GCG menjadi pemikat terhadap nasabah dan menjadikan hubungan antara karyawan dan calon nasabah terbentuk, bukan sekedar hubungan biasa saja tetapi lebih erat lagi sehingga menjadi "*client relationship*" (Effendi, 2009).

Selain sebab diatas tujuan jangka panjang menyangkut strategi pemasaran lembaga perbankan, yakni, pemasaran merupakan transaksi hubungan penjual dan pembeli, perlu menciptakan hubungan jangka Panjang. Sehingga terciptanya nasabah loyal menjadi nasabah seumur hidup *(long life loyalty).* Setelah itu, perbankan mengenali dengan baik nasabah yang potensial yang diharapkan dapat memberi keuntungan sepanjang masa (Kotler, 2006).

Direktur Penelitian dan Pengembangan Pengaturan Perbankan Syariah, Deden Firman (2019) menyatakan saat ini *market share* bank syariah sudah menembus 5,94%, per Oktober 2019 yakni mencapai 513 triliun (Data OJK:2019). Kenaikan aseet bank Syariah di dorong dari pertumbuhan pembiayaan sebesar 345,28 triliun dan dana pihak ketiga (DPK) yang naik menjadi 402,36 triliun. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memroyeksikan pertumbuhan pangsa pasar bank syariah terus meningkat sebesar 20% sejalan dengan rencana jangka Panjang yakni regulator POJK nomor 28 tahun 2019 tentang pengembangan bank syariah. Terkait hal itu, yang menjadi titik fokus yakni pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) perseorangan nasabah prioritas. Dari data tersebut menunjukkan bahwa nasabah prioritas memiki potensi yang sangat besar pada perbankan syariah sehingga

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

penerapan strategi pemasaran *priority banking officer* (PBO) menjadi sangat perlu dan krusial untuk di terapkan. Pelaksanaan strategi pemasaran tersebut merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan *market share* dan asset perbankan syariah.

Selain itu, Nilam (2012) berpendapat bahwa kebutuhan untuk menerapkan strategi bauran pemasaran dirasakan sangat kuat dalam industri perbankan. Situasi eksternal persaingan perbankan semakin kompleks dan kepuasan nasabah menjadi kunci keberhasilan pemasaran. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) bahwa kondisi saat ini konsumen akan semakin pintar, minta dilayani secara pribadi, minta terlibat dalam pengembangan suatu produk, makin sensitif dan makin tidak loyal pada merek tertentu. Selain perbankan konvensional, perbankan syariah merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

Menurut Nilam (2012) dalam penelitianya strategi pemasaran perbankan syariah menyatakan bahwa strategi pemasaran syariah memiliki tujuan lebih dari pada strategi pemasaran perbankan konvensional. Sedangkan tujuan mendasar dari strategi pemasaran perbankan syariah adalah untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum islam. Hal ini dikarenakan alasan untuk menciptakan koorporasi islam dan untuk membedakan diri dari pemasaran perbankan konvensional.

Tulisan Dosen ABFI Perbankan Syariah Indra Siswanti (2011) mengangkat kasus terkait pembobolan bank yang menimpa *City Bank* dan Bank Mega. Di *City Bank*, pembobolan melibatkan *senior relationship manager* yang berhasil membawa uang nasabahnya sebesar 17 miliar bahkan diperkirakan melebihi jumlah tersebut. Sementara itu, di Bank Mega pembobolan deposit *on call* PT Enulsa sebesar 111 miliar serta uang milik Pemerintah Kabupaten Sumut sebesar 80 miliar diduga melibatkan pejabat bank tersebut. Hubungan antara *privat banking officer* dengan nasabahnya, sudah melebihi dari keluarga sendiri akibatnya seorang nasabah percaya apapun yang dilakukan oleh pejabat yang bersangkutan.

Makna dari pernyataan diatas ialah *priority banking officer* dalam menjalin hubungan atau pemasaran dengan nasabahnya harus mengenal betul karyawan dan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

integritasnya karena sebaik apapun standar operasional prosedur (SOP) mentalitas karyawan rendah maka reputasi bank yang akan rusak.

UU Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008 bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Islam tidak hanya mengajarkan mengenai hal yang bersifat muamalah saja melainkan juga mengatur aturan bisnis yang berlandaskan iman dan berasaskan akidah (OJK, 2016). Pernyataan ini sejalan dengan pebankan syariah didirikan tidak hanya berorientasi pada profit saja melainkan *syariah oriented*. Bank Syariah tentu memiliki tujuan dan strategi berbeda dibandingkan dengan institusi lainya. Tujuan dari syariah atau dikenal dengan maksud-maksud syariah (*maqashid syariah*) adalah bukan semata-mata bersifat materi. Tapi, tujuan itu berlandaskan pada konsepnya sendiri yakni kesejahteraan manusia dan kehidupan yang lebih baik (Nasuka, 2017).

Sebagai sebuah institusi lembaga keuangan syariah, perbankan syariah tentunya memiliki tujuan-tujuan dan strategi berbeda dari lembaga yang lainya. Tujuan dari *maqashid syariah* adalah bukan semata-mata bersifat materi. Justru tujuan-tujuan itu didasarkan pada konsep-konsepnya sendiri dan mengenai kesejahteraan manusia dan kehidupan yang lebih baik (Mighfari, 2017).

Untuk menuju kesejahteraan manusia dan kehidupan yang lebih baik diperlukan sebuah impelementasi ahklaqul karimah dalam setiap aspek dan kegiatan usaha yang merupakan perwujudan dari penegakan iman dan takwa, dengan memperhatikan hubungan yang baik dan komprehensif, mencakup seluruh kepentingan *stakeholder* dan lingkungan sekitar. Kesejahteraan dan akhlaqul karimah manusia tertuang dalam konsep *maqashid syariah* dalam bentuk realisasi dan terpeliharanya kemaslahatan secara totalitas yang meliputi aspek spiritual (*hifzh din*), aspek intelektual (*hifzh aql*), aspek material (*hifzh maal*), aspek keamanan hidup (*hifzh nafs*), dan aspek regenerasi dan keluarga (*hifzh nasl*). Sehingga penggunaan nilai-nilai *maqashid syariah* diperlukan untuk menerjemahkan berbagai implementasi kerja yang berlaku pada perbankan syariah (Fauziyah, 2017).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dengan demikian perbankan syariah yang memiliki *maqashid syariah* didalam menjalankan aktivitas bisnisnya haruslah menjaga agama, jiwa, akal, kehormatan atau keturuanan, dan harta. Sehingga dalam pelaksanaan strategi pemasaran dalam menjalin hubungan kepada nasabah diperlukan tinjauan *maqashid syariah* terhadap perbankan syariah.

### 4.3.2. Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

**1. Produk**

Lupiyoadi (2006) produk merupakan konsep keseluruhan dari objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. dalam distribusi jasa, produk bersifat tidak nyata atau tidak dapat diamati secara langsung pada prosesnya dan bukan pada hasilnya.

*Priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember memiliki produk Tabungan Prioritas atau bisa disebut layanan istimewa. Produk ini sama seperti dengan tabungan biasa atau regular karena termasuk kategori Dana Pihak Ketiga (DPK). Yang membedakan dengan tabungan lainya adalah jumlah minimal saldo dan fasilitas layanan yang diberikan. Produk Layanan Prioritas termasuk produk penghimpunan dana di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember yang menggunakan akad mudharabah, maksudnya pihak bank diberikan pembatasan oleh pemilik dana (nasabah prioritas) dalam hal tempat, cara, dan atau objek investasi. Akan tetapi proses aktivitas transaski sesuai dengan tuntunan syariat islam karena selalu memperhatikan konsep *maqashid syariah.*

> *"Dalam produk priority banking officer sangat memperhatikan maqashid Syariah melalui beberapa layanan: yakni layanan zakat & Ziswaf (tidak hanya pas hidup tapi meninggal pun masih dikelola), layanan medical check up, dan investment kemaslahatan umat" (Shinta, 20 Agustus 2020).*

> *"Produk Perhimpunan seperti tabungan, giro, deposito atau yang biasa disebut dengan dana pihak ketiga (DPK). Perbedaan terletak di saldo minimum, pelayanan, serta fasilitas. Untuk saldo minimum sebesar 500*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*juta. Pasti, sistem bank syariah dan juga proses transaksi keuangan selalu memperhatikan aspek maqashid syariah. Dalam penghimpunan dana syariah sudah diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Dimana produk perhimpunan sudah melalui proses yang ketat. Produk yang sudah masuk dalam undang-undang dan diresmikan dengan fatwa MUI" (M Dwiyanto, 25 Agustus 2020).*

Dari beberapa pernyataan diatas, kita dapat mengetahui dengan jelas kondisi dilapangan terkait bagaimana Bank Syariah Mandiri Jember mengimplementasikan prinsip *maqashid syariah* dalam kinerjanya. Produk perhimpunan Bank Syariah Mandiri Jember dari aspek produk mengacu pada Undang-undang Nomor 21 tentang Perbankan Syariah. Peraturan Tersebut juga difatwakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebelum akhirnya di laksanakan oleh seluruh Bank Syariah Mandiri. Hal ini sesuai dengan prinsip syariah yang ditegaskan dalam surat al Baqarah ayat 168-169 yang artinya:

*"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya (setan) itu menyuruh berbuat jahat dan keji dan mengatakan apa yang tidak kamu ketahui tentang Allah"* (QS. Al-Baqarah: 168-169).

Maka produk suatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk ditawarkan oleh bank kepada nasabahnya memiliki nilai yang lebih. Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Kasmir: 2003). Disamping itu, keistimewaan produk yang ada di bank syariah adalah tetap mempertimbangkan tujuan-tujuan islam (*maqashid syariah)* memiliki konsep humanis artinya tidak hanya *profit oriented* saja melainkan *syariah oriented* (Mighfari, 2017).

**2. Price**

Kasmir (2014) harga merupakan salah satu aspek bauran pemasaran. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk jasa perbankan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Sebenarnya yang dijual oleh perusahaan bukanlah nilai actual tetapi nilai yang dirasakan nasabah yang benar-benar penting. Nasabah membeli apa yang mereka butuhkan dan sesuai dengan keinginan mereka merupakan sebuah hasil (Arif: 2010). Bank Syariah Mandiri Priority adalah layanan sehmen menengah ke atas yang mempunyai pengendapan dana dibank dengan saldo minimal 500 juta atau jumlah yang sudah ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri, setiap nasabah akan dilayani secara khusus oleh *priority banking officer* (PBO), baik layanan financial maupun non financial. Hal ini sesuai dengan Surat Edaran Bank Indonesia, Standar Operasional Prosedur (SPO) No. Dokumen SPOO/PHD/LPB/02, Revisi 3 (Tanggal 29 Juni 2012). Seperti kutipan pernyataan dibawah ini:

> *"Mandiri Syariah Priority menawarkan kepada nasabah yakni minimal penempatan dana untuk menjadi nasabah priority sebesar 500 juta dengan pembagian nisbah (bagi hasil) yang kompetitif). Konsep nisbah ini pada mandiri syariah adalah keuntungan yang didapat kedua belah pihak atas pengembangan dana. Nisbah bagi hasil ditentukan diakhir bulan karena sifatnya yang fluktuatif" (M.A Birbik, 5 September 2020).*

> *"Sistem bagi hasil sama dengan produk penghimpunan, yang menjadi pembeda yakni dana yang ditanamkan nasabah diatas 100 juta sebesar 17%, untuk dana yang dibawah 100 juta sebesar 12%. Proses nisbah juga mengikuti kegiatan perkembangan usaha yang dilakukan. Dalam prioritas dana sebesar 500 juta, apabila dalam pengembangan dana tersebut bagus pada bulan pertama hasilnya juga bagus, sistemnya menyesuaikan kinerja selama 1 bulan. Pada bank konven faktor pengembangan dana tidak berpengaruh terhadap peningkatan bunga" (M Dwiyanto, 25 Agustus 2020).*

Konsep *wadh' al-syai' fi mahalih* merupakan konsep menempatkan sesuatu sesuai dengan porsinya atau takaranya. Konsep tersebut merupakan prinsip keadilan yang menjadi indikator Layanan Priority. Bank Syariah Mandiri akan memberikan layanan ektra terhadap nasabah yang berkontribusi lebih, terkhusus nasabah yang menempatkan porsi dana yang signifikan dalam jumlah nominal tertentu. Hal demikian disebut dengan nasabah prioritas, dengan layanan ekstra yang disebut dengan layanan prioritas. Dari beberapa pernyataan diatas, kita dapat mengetahui dengan jelas kondisi lapangan terkait Bank Syariah Mandiri Prioritas dalam mengimplementasikan aspek harga strategi bauran pemasaran dalam

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kinerjanya. Kita dapat melihat bagaimana setiap implementasi selaras dengan prinsip-prinsip islam didalamnya. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah QS. An Nisa ayat 29,

*"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu"* (QS. An-Nisa: 29).

Layanan prioritas ada untuk memudahkan segala transaksi keuangan nasabah, dimana sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah istimewa. Nasabah istimewa dilatar belakangi oleh penanaman dana yang lebih besar dibandingkan nasabah lainya sesuai dengan syarat-syarat yang ditetapkan. Maka dalam hal ini, pelayanan dan *service excellent* diberikan sesuai dengan porsi atau kontribusinya.

**3. Promotion**

Kotler dan Amstrong (2001) promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk target pelanggan untuk membelinya.

Proses promosi *priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember menggunakan beberapa cara pendekatan, diantaranya nasabah potensial dari aspek pekerjaan, *personal selling*, nasabah *resisting*, dan persentase karyawan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dari segi keuangan.

> *"Untuk yang promosi kita lebih dominan ke personal selling karena memang fasilitas dan service excellent sesuai dengan SOP. Dan bisa juga melalui nasabah regular yang potensial nantinya" (Sinta, 20 Agustus 2020).*

> *"Promosi priority banking officer yakni pada nasabah potensial. Nasabah potensial, personal selling, nasabah resisting. Selanjutnya melalui persentase BUMN, artinya kami mendekati golongan BUMN yang memiliki stabilitas keuangan dan minim resiko. Kami melihat dari persentasi yang tertera dalam grafik kami" (M Dwiyanto, 25 Agustus 2020).*

> *"Nasabah prioritas itu saldo minimum banyak, jadi penawaran kepada nasabah biasanya sudah kenal sebelumnya. ada 4 tahap, yakni: kedekatan hubungan antara karyawan dan nasabah, hubungan bisnis yang sudah lama terjalin, transaksi bisnis. Yang terakhir yakni colabs antara divisi Bank Syariah Mandiri dengan Mandiri Syariah Priority" (Jumartono, 1 September 2020).*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

> *"Strategi pemasaran aspek promosi yakni ada 3 tahap: 1. Nasabah yang menempatkan dananya di bank mandiri syariah minimal 500 juta bisa menjadi nasabah prioritas. 2. Nasabah perorangan dapat upgrade menjadi nasabah priority dengan memenuhi persyaratan yang berlaku. 3. Personal selling ke beberapa institusi perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan perorangan yang memiliki usaha perumahan dll" (M.A Birbik, 5 September 2020).*

Nasabah potensial nasabah regular yang penanaman dananya sudah mendekati saldo minimum dari nasabah prioritas dan berpotensi untuk menjadi nabasah potensial. Biasanya nasabah potensial tergantung dari jenis pekerjaan seperti dokter, dll. Yang kedua terkait *personal selling* artinya, suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya (Baiti: 2016). Pendekatan ini juga di *support* dalam bentuk periklanan dan juga brosur guna mempermudah dalam proses pemahaman nasabah karena nominal yang begitu tinggi agar kepercayaan tercipta.

Yang ketiga nasabah *resisting*, nasabah yang pembiayaan retail diatas tiga ratus juta rupiah kemudian dan kemudian akan berikan opsi untuk menjadi nasabah prioritas. Dan terakhir persentasi pegawai BUMN terhadap keuangan, maksdunya persentasi penghasilan pegawai BUMN sudah di pantau oleh bank mandiri dan nantinya pegawai mandiri syariah priority akan memberikan penawaran untuk menjadi nasabah prioritas di mandiri syariah prioritas jika saldo keuangan sudah mencapai saldo minimum ketentuan syarat yang berlaku. Dari beberapa pernyataan diatas, terlihat jelas maksud dari *maqashid syariah yang* diterapkan pihak Bank Syariah Mandiri Priority dalam pelaksanaan aktivitas bisnisnya maupun dalam proses promosi. Sebagaimana sesuai dengan Surat Ali Imran ayat 77:

> *"Sesungguhnya orang-orang yang memperjualbelikan janji Allah dan sumpah-sumpah mereka dengan harga murah, mereka itu tidak memperoleh bagian akhirat, Allah tidak akan menyapa mereka, tidak akan memperhatikaan mereka pada hari kiamat, dan tidak akan menyucikan mereka. Bagi mereka azab yang pedih".* (QS. Ali-Imran: 77).

Riwayat Imam Bukhori terkait promosi sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*"Ibnu Umar berkata: seorang laki-laki mengadu pada Nabi, "aku telah tertipu dalam jual beli. "maka beliau bersabda, "katakanlah kepada orang yang kamu ajak berjual beli, "tidak boleh menipu!" "sejak itu, jika ia berhasil jual beli, ia mengatakanya".* (HR. Bukhori).

Dalam konteks *maqashid syariah* dalam mandiri syariah priority apa yang disampaikan dalam proses promosi kepada nasabah prioritas selalu real dan sesuai dengan ketentuan atau standar operasional prosedur di Bank Syariah Mandiri dan juga sesuai visi dan misi Bank Syariah Mandiri. Jadinya fasilitas dan pelayanan yang ada dalam brosur sesuai dengan bukti fisik yang ada di kantor layanan prioritas.

**4. Place**

Lupiyoadi (2006) tempat merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi yaitu berhubungan dengan lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa pada konsumen.

Mandiri Syariah Priority mempunyai tempat sendiri dalam hal tempat, gedung, dll. Mandiri syariah priority termasuk area yang ada di Jember. Area tersebut menaungi beberapa cabang disekitarnya, diantaranya: Lumajang, Jember, Banyuwangi, Genteng, Situbondo, dll. Terkait tempat yang ada dalam mandiri syariah priority sudah berbeda sendiri ketika hendak ingin masuk ke Bank syariah mandiri. Dalam area mandiri syariah priority Jember gedung nasabah priroitas dibedakan dengan gedung nasabah reguler, akan tetapi jika di cabang konter layanan prioritas terletak didalam gedung bank syariah mandiri tapi tetap sesuai dengan konter layanan yang ada di area Jember.

> *"Ke BSM Jember, sudah berbeda sekali antara kantor nasabah regular dan kantor nasabah prioritas, dari tempat parkir khusus yang dibedakan, satpam, dan karyawan khusus yang menangani" (Sinta, 20 Agustus 2020).*

> *"Di Jember itu disebut area, area prioritas jember menaungi 8 cabang kantor priority diantaranya: Lumajang, Jember, Banyuwangi, Genteng, Situbondo, Bondowoso. Nah terkadang dalam setiap kota ada yang dua karena luas wilayah yang begitu besar" (M Dwiyanto, 25 Agustus 2020).*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

> *"Mandiri Syariah Priority Jember merupakan kantor area. Kantor area menaungi kantor Cabang. Area jember menaungi sebanyak 8 kantor cabang diantaranya: Genteng, Banyuwangi, Situbondo, Bondowoso, dll" (M.A Birbik, 5 September 2020).*

Dari beberapa pernyataan diatas dapat diketahui bentuk aktivitas kantor layanan prioritas dari area Jember dan kantor cabang untuk memudahkan nasabah prioritas. Dengan jumlah kantor layanan cabang yang tersebar di beberapa kota Jawa Timur hal ini mempermudah para nasabah priority untuk mendapatkan pelayanan dari Bank Syariah Mandiri Priority. Disamping itu sebagai bentuk aktivitas pemasaran dan menjaga loyalitas. Hal ini sesuai dengan Surat Al Baqarah ayat 125:

*"Dan (ingatlah) ketika kami menjadikan rumah itu (Baitullah) tempat berkumpul bagi manusia dan tempat yang aman. Dan jadikanlah sebagian maqam Ibrahim sebagai tempat shalat. Dan kami telah perintahkan kepada Ibrahim dan Ismail" Bersihkanlah rumah-Ku untuk orang-orng yang tawaf, iktikaf, ruku' dan yang sujud".* (QS. Al- Baqarah: 125).

Dapat diketahui bahwasanya dilihat dari segi unsur bauran pemasaran yaitu lokasi atau tempat di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember teletak di Jl PB Sudirman No 44-45 Jember yang berada ditengah pusat kota dan tengah keramaian, akses menuju ke lokasi sangatlah mudah dan strategis dan juga kantor-kantor pemerintah sehingga ketika nasabah ingin melakukan transaksi dapat menjangkau dengan mudah.

**5. People**

Arief (2007) orang merupakan semua pelaku yang memainkan sebagai penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Petugas atau karyawan mandiri syariah priority tidak hanya dituntut untuk memasarkan produk tapi juga melayani nasabah prioritas dengan baik sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang ada di Bank Mandiri Syariah itu sendiri. Seperti pernyataan dibawah ini:

> *"Dalam hal pelayanan lebih akrab dan mendalam dalam berbicara dalam aspek sopan santun dan tata krama. Dalam penampilan formal dan rapi. ketika nasabah datang ke kantor priority maka petugas mandiri*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

*syariah priority memperlakukan sebagai partner dan menanyakan segala kebutuhan serta keinginanya" (Sinta, 20 Agustus, 2020).*

Memasarkan produk dan menjalin hubungan dengan nasabah bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, maka dari itu dalam hal pencapaian kualitas Sumber Daya Manusia di bank syariah memberikan *training* terlebih dahulu. Karena petugas priority dalam hal penempatan sumber daya manusia di divisi priority tidak mengarah langsung melainkan dari divisi teller, atau CS, dll. Seperti pernyataan dari mas Anto sebagai berikut:

*"Semua petugas yang ada dimandiri syariah priority melakukan training terlebih dahulu bertujuan agar dalam memahami divisi dan jobdisk lebih mudah, dan pendalaman dalam hal pengentahuan, keterampilan, kualitas pelayanan, dan penampilan sesuai dengan standar operasional prosedur yang berlaku di mandiri syariah priority" (M Dwiyanto, 25 Agustus 2020).*

Proses *training* merupakan proses dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia yang unggul guna membentuk pribadi diri sesuai dengan tugas, jobdisk, SOP, hubungan dengan nasabah, dll. Dalam hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS An-nur:

"*Dan janganlah kamu paksa budak-budak wanitamu untuk melakukan pelacuran, sedang mereka sendiri menginginkan kesucian, karena kamu hendak mencari keuntungan duniawi. dan barangsiapa yang memaksa mereka, maka sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang (kepada mereka) sesudah mereka dipaksa itu (QS. AN-Nur:24).*

Bentuk paksaaan adalah memaksa seseorang untuk melakukan sesuatu tanpa persetujuanya. Apabila tindak sesuatu dilakukan dengan bentuk paksaan kondisi untuk saling menguntungkan tidak terpenuhi dan hasil transaksi yang dihasilkanya tidak etis dan melanggar hukum. Disamping itu tantangan dari dunia perbankan syariah sendiri yakni menciptakan sumber daya manusia yang unggul dan insani tetapi tetap dalam koridor perpsektif *maqashid syariah*.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

**6. Procces**

Proses merupakan keseluruhan aktivitas yang terstruktur dan tersistematis (prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainya) sehingga jasa dapat tersampaikan kepada konsumen dengan baik serta kepuasan pelanggan.

Proses Mandiri Syariah Priority dalam memenuhi kebutuhan nasabah denan cara perjanjian *(appoinment)*. Pertemuan antara nasabah dengan petugas mandiri syariah priority dihubungi melalui via telpon dan kemudian menanyakan kebutuhan nabasah prioritas yang ingin dipenuhi. Untuk jadwal pertemuanya ditentukan oleh nasabah prioritas agar tidak menggangu aktivitas dari nasabah prioritas. Apabila nasabah prioritas ingin datang ke kantor mandiri syariah priority maka segala fasilitas dan kebutuhan akan di berikan, dan akan memproses permintaan dari nasabah prioritas. Sebagaimana pernyataan dibawah ini:

> *"Nasabah harus membawa id card atau kartu identitas nasabah priority jika mau dating ke kantor pusat, area, maupun kantor cabang. Jadi kartu identitas berfungsi guna untuk memberi tanda pengenal, dan bahwa nasabah ini berhak memiliki pelayanan dan service istimewa dari mandiri syariah priority. Kartu nasabah priority tinggal menunjukkan kepada security agar diarahkan ke bagian konter layanan prioritas. Dan jika tidak ada konter layanan, maka petugas prioritas akan melayani secara langsung. Yang pasti, nasabah dengan identitas prioritas tidak perlu mengantri dan memang mendapatkan pelayanan istimewa" (Sinta, 20 Agustus 2020).*

Ketika proses permintaan sudah selesai dilakukan, nasabah prioritas akan ditanya kembali oleh petugas *priority banking officer* terkait kebutuhan lainya. Jika sudah selesai semua dan nasabah prioritas tidak terburu-buru maka ada forum bincang-bincang dan petugas *priority banking officer* mendengarkan kebutuhan nasabah prioritas. Dari pernyataan dan proses mandiri syariah priority sudah sesuai dengan firman Allah QS. Al-baqarah:

*"hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang tidak ditentukan, hendaklah kamu menuliskanya. Dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskanya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskanya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sekalipun daripada hutangnya"* (QS. Al-Baqarah: 282).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Proses dalam melayani nasabah prioritas sesuai dengan prosedur dan menggambarkan rincian kegiatan secara menyeluruh. Kegiatan tersebut dilakukan oleh siapa saja yang terlibat guna meminimalisir dampak dan kesalahan yang terjadi. Dalam hal ini, memastikan agar semua aktivitas yang terjadi sesuai dengan yang diharapkan serta tujuan.

**7. Physical Evidence**

Rifqi (2014) bukti fisik adalah suatu lingkungan dimana pelayanan disampaikan dan perusahaan berinteraksi dengan pelanggan dan segala komponen nyata yang memudahkan pelaksanaan atau komunikasi dalam sebuah layanan.

Dilihat dari aspek bangunan atau gedung yang digunakan oleh Mandiri Syariah Priority Kantor Cabang Jember sebagai kantor khusus nasabah priority didalam kantor sendiri memberikan kenyamanan tersendiri bagi karyawan maupun nasabah prioritas. Mandiri Syariah Priority memiliki fasilitas fisik yang baik seperti lahan parkir khusus, ruang tunggu khsusus, brosur khsusus, musholla, dapur, dll. Seperti pernyataan di bawah ini:

> *"Dari segi fisik seperti ruangan, layanan, fasilitas sangat berbeda sekali dengan nasabah regular" (Sinta, 20 Agustus 2020).*

> *"Physical evidence pada Mandiri Syariah Priority dibuat dengan kondisi dan geografi lingkungan disesuaikan dengan keadaan sekitar agar tercipta kenyamanan dalam berkunjung ke Mandiri Syariah Priority, dekorasi dibuat seperti rumah sendiri, penampilan staff kepegawaian rapi dan sopan" (M.A Birbik, 5 September 2020).*

Dari aspek bukti fisik yang tersedia di mandiri syariah priority memberikan kesan yang aman dan nyaman bagi nasabah prioritas, respon positif yang diberikan nasabah merupakan dampak positif bagi perusahaan dalam hal penilaian.

Tidak hanya itu *priority banking officer* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember diketahui bahwa memiliki beberapa keistimewaan pelayanan dan *service excellent.* Diantaranya: kartu BSM Priority, konsultasi keuangan syariah, laporan keuangan terpadu, transaksi keuangan melalui telepon, *autodebit* bebas biaya, *autosave* bebas biaya, buku cek dan *bilyet giro,* nomor rekening cantik. Dan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

beberapa pelayanan: fasilitas *save deposit box*, *airport executive lounge*, layanan duka, undangan acara khusus. Berdasarkan penerapan yang ada dilapangan.

Dampak positif yang diberikan melalui penilaian dari nasabah memunculkan efek nasabah loyalitas dan efek tersebut akan memberikan kesan kepada nasabah lain untuk ikut andil dalam menanamkan dananya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# BAB V

# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

**5.1.1** Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember

Bank Syariah Mandiri Jember menjalanlan strategi bauran pemasaran *pada priority banking officer* terdapat sektor (7P) diantaranya: (*Produk)* Dana Pihak Ketiga (DPK) jumlahnya 500 juta merupakan khusus untuk layanan *priority banking officer. (Price)* dana 500 juta dengan sistem penawaran bagi hasil. *(Place)* Mandiri Syariah Priority Area Jember memiliki letak kantor yang strategis dan akses yang mudah. *(Promotion)* yang dilakukan Mandiri Syariah Priority Area Jember adalah *personal selling*, nasabah *resisting*, dan persentase keuangan pegawai BUMN. *(Procces)* terdapat dua proses yakni dengan cara *appoinment* dan sesuai prosedur yang ada. *(People)* terdapat proses *training* sebelum menjadi bagian pegawai Mandiri Syariah Priority, dan *(Physical Evidance)* terdapat bangunan dan fasilitas yang bagus dan juga beberapa layanan dan *service excellent.*

**5.1.2** Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer (PBO)* Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Bank Syariah Mandiri *priority banking officer* Kantor Cabang Jember dalam menjalankan strategi bauran pemasaran terdapat prinsip *maqashid syariah* dari tema yang telah ditentukan dari data wawancara. Strategi bauran pemasaran *priority banking officer* mengandung nilai-nilai syariah yang sesuai dengan tujuan syariah (*maqashid syariah*). Pada aspek bauran pemasaran (*product, price, promotion, place, people, procces, dan physical Evidence*) *priority banking officer* mengandung nilai-nilai syariah yang sesuai dengan 5 prinsip *maqashid syariah* (tujuan-tujuan syariah) yaitu menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

(*Produk)* Dana Pihak Ketiga (DPK) jumlahnya 500 juta merupakan khusus untuk layanan *priority banking officer* yang sesuai dengan UU No 21 Tentang Perbankan Syariah. *(Price)* dana 500 juta dengan sistem penawaran bagi hasil sesuai Surat Edaran Bank Indonesia No. Dokumen SPOO/PHD/LPB/02 selaras dengan konsep *wadh' al-syai'fi fi mahalih* . *(Place)* Mandiri Syariah Priority Area Jember memiliki letak kantor yang strategis, akses yang mudah dan juga tersebar di Jawa Timur bertujuan untuk memberikan pelayanan maksimal dengan cepat dan aman. *(Promotion)* yang dilakukan Mandiri Syariah Priority Area Jember adalah *personal selling*, nasabah *resisting*, dan persentase keuangan pegawai BUMN di buktikan dengan adanya brosur dan berbagai fasilitas lainya guna menghindarkan dari sifat penipuan. *(Procces)* terdapat dua proses yakni dengan cara *appoinment* dan sesuai prosedur yang ada guna meminimalisir dampak kesalahan yang terjadi karena mengingat kontribusi dana yang ditanamkan begitu besar. *(People)* terdapat proses *training* sebelum

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

menjadi bagian pegawai Mandiri Syariah Priority untuk menciptakan kualitas sumber daya unggul dan insani agar sesuai dengan tugas, jobdisk, SOP, dan visi misi dari Mandiri Syariah Priority dan *(Physical Evidance)* terdapat bangunan dan fasilitas yang bagus dan juga beberapa layanan dan *service excellent* guna memberikan efek positif kepada perusahaan dan juga memberikan dampak aman, senang, tentram agar dalam proses transaksi keuangan meminimalisir kesalahan.

Oleh Karena itu Bank Syariah Mandiri Jember dapat dikatakan menjadi salah satu Bank Umum Syariah yang lebih baik dari lainya baik dari priority area dan CGC nya. hal ini juga telah dibuktikan dengan beberapa prestasi yang telah diraihnya dalam prestasi kurun waktu ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Bank Syariah Mandiri Priority Jember dapat menjadi salah satu sumber refrensi bentuk implementasi strategi bauran pemasararan yang ditinjau dari perspektif *maqashid syariah* tersebut yang belum tentu terdapat pada beberapa institusi yang lain. Semestinya Bank Syariah Mandiri Priority Jember mengedepankan aspek *maqashid syariah* (tujuan-tujuan syariah). Disamping itu, tujuan-tujuan syariah menjadi nilai plus dan daya tarik sendiri bagi kalangan non muslim.

Kemudian kepada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember membuka pintu selebar-lebarnya terkait penelitian, sehingga dengan adanya aktifitas wawancara dapat memberikan pengetahuan keadaan dilapangan. Maka dari itu,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

secara tidak langsung BSM Cabang Jember telah mensosialisasikan mengenai bank syariah yang merupakan alternatif dari bank konvensional.

Selanjutnya, temuan-temuan yang ada, dapat dijadikan sebagai sumber refrensi untuk Lembaga Keuangan Syariah (LKS) lainnya dalam hal penerapan *maqashid syariah.* LKS dapat memodifikasi segala aktivitas pendanaan *(funding)* yang ada di Bank Syariah Mandiri secara inovatif, berdasarkan peraturan-peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia (BI), serta tetap memperhatikan tujuan-tujuan syariah (*maqashid syariah)*.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

# DAFTAR PUSTAKA


Abdullah, Ahmad Nizar. (2017). **Penerapan Bauran Pemasaran Pada Produk Pembiayaan Griya di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Area Denpasar**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Abdul, Anshori. Ghofur. (2013), *Hukum Perbankan Syariah.* Bandung: Refika Aditama.

Adi K, M. Syaiful Rifqy. (2014). **Analisa Penilaian Harga Jual Rumah Kelas Menengah Dengan Analisis Regresi**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Teknik Institut Teknologi Nasional, Malang.

Antonio, M Syafi'i. (2001), *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Alfred, D. Chandler, Jr. (1962), *Strategy and Structure: Chapters In The History of The Industrial Enterprise.* Cambridge Mass: MIT Press.

Al Sharif, Bader Mustafa., Amjad Qweder., and Al Slehat, Zaher Abdel fatah. (2016). The Effect of Promotion Strategy in The Jordanian Islamic Banks On a Number of Customer. *The Journal of Internasional Economic and Finance.*

Al-Qur'an al-Karim dan Terjemahan

Assauri Sofyan. (2004), *Management Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi.* Jakarta: Raja Grafindo Jakarta.

Arief. (2007). *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan (Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan).* Malang: Bayumedia Publishing.

Arham, Muhammad. (2010). Islami Perspectives On Marketing. *Jurnal of Islamic Marketing Emerald Insight*.

Bungin, Burhan. (2001). *Metode Penelitian Sosial.* Surabaya: Airlagga University Press.

Cannon, Joseph P, William D. Perreault and Cannon Perreault. (2009). *Pemasaran Dasar, Edisi 16 Pendekatan Manajerial Global Buku 2.* Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

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


CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Darmadi, Salim. (2013). Corporate Governance Disclosure In The Annual Report. *Journal Emerald Insight*

Denzin, Norman K. dan S. Licoln, Y vonna. (2009). *Handbook of Qualitative Research.* Yogyakarta: Pustaka Belajar

Effendi, Muh. Arief. (2009). *Good Corporate Governance Teori dan Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat

Fauziyah, Najim Nur. (2017). **Implementasi Tata Kelola Perusahaan Ditinjau Dari Perspektif Maqashid Syariah**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Gitosudarmo, Indriyo. (2001). *Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: BPFE.

Gozali, Go Rizal. (2012). **Evaluasi Penerapan Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Terhadap Perilaku Fraud Pada Lembaga Perbankan Nasional (Studi Empiris Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk***). Skripsi* (tidak dipublikasikan). Univesitas Hasanuddin. Makassar

Hashim, Nurhairah., and Hamzah Muhammad Iskandar. (2013). **7p's: A Literature Review of Islamic Marketing and Contemporary Marketing Mix**. *Thesis* (tidak dipublikasikan). Business Management. University Teknologi MARA

Husaini, Uus Ahmad. (2017). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*

Hurriyati, Ratih. (2008), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: CV. Alfabeta

Johannes,, Raf, Mulyadi., and Lukman, M. (2009). The Analysis of Priority Customer Satisfaction Based On Marketing Mix Atribute. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*

Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Kencana.

Kertajaya, herman., dan Sula, M. Syakir. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.

Kotler, P., and Keller, Kevin, L. (2006). *Marketing Management, 12e Edition.* Singapore: Pearson Internasional Editor.

Kotler, Philip., and Amstorong, Gary. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, dan Kontrol Jilid 1*. Jakarta: Ikatan Mandiri Abadi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Kotler, Philip., and Gary Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Jakarta: Erlangga

Laila, Nur Alfu. (2011). **Pengaruh Marketing Syariah Terhadap Reputasi dan Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara Tbk Kantor Cabang Syariah Semarang**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo

Lopiyoadi, Rambat. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat

Lopiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Salemba Empat

Marhan, Ridha Rusyda. (2018). **Marketing Strategy of PT Bank Syariah Mandiri Branch of Gresik and PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Branch of Sidoarjo.** *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam, Yogyakarta.

Mayang, Aji Kurnia. (2014). **Penerapan Strategi Marketing Mix Pada Penggunaan Produk Bancassurance PT PT Bank Syariah Mandiri Malang.** *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi. UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang

Mighfari, Elsha Robbi. (2018). ***Implementasi Islamic Marketing Ditinjau Dari Perspektif Maqashid Syariah***. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi. UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang

Miles, Mattew. B dan Amichael Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif.* Jakarta: UI Press

Muhammad, Abid Mahmod., Basha, Mohamed Bilal., and Al Hafidh Ghail. (2019). UAE Islamic Banking Promotional Strategic: An Emperial Review. *Journal of Islamic Marketing Emerald Insight*

Moelong, Lexy J. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Nasuha, Fauziyah. (2011). **Sistem Pelayanan Nasabah Priority Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Syariah dan Ilmu Hukum UIN Sultan Syarif Kasim, Riau

Nasuka, Moh. (2017). Maqashid Syariah Sebagai Dasar Pengembangan Sistem, Praktik, dan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Syariah dan Hukum Diktum*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Nurkhotimah, Dede Rina. (2017). **Pengaruh Indikator Keuangan Perbankan Terhadap Pangsa Pasar Perbankan Syariah Periode 2011-2015**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta

Prastowo, Andi. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif: Dalam Perspektif Rancanagan Penelitian.* Yogyakarta: Ar-Ruzz Media

Rivai, Veitzhal. (2012). *Islamic Marketing.* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Roestanto, M. H. (2015). *Penelitian Kualitatif (Pekerjaan Sosial).* Bnadung: PT. Remaja Rosdakarya Offset

Sari, Nilam. (2012). Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Media Syariah*

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta

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

Suwartono. (2014). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: CV Andi Offset

Surat Edaran Bank Indonesia, *Standard Prosedur Operasional* (SPO) SPOO/PHD/LPB/02

Ummah, Nurul Hidayah. (2014). **Strategi Pemasaran Priority Banking Officer (PBO) Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Priority Pada PT Bank Syariah Mandiri**. *Skripsi* (tidak dipublikasikan). Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta

Wibowo, Arif. (2012). *Maqoshid Asy Syariah: The Ultimate Objective of Syariah.* Yogyakarta: Uversitas Negeri Yogyakarta

www.bi.go.id diakses pada 10 September 2020

www.jemberkab.go.id diakases pada 24 Agustus 2020

www.ojk.go.id Statistik Perbankan Syariah 2019 diakses pada 16 September 2020

www.perbanas.id Perbankan Syariah 2011

Yin, Robert K. (2015). *Studi Kasus Desain & Metode.* Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Zainal, Rivai Veitzhal. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan.* Jakarta: Raja Grafindo Perjaka.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

**LAMPIRAN 1**

HASIL WAWANCARA DENGAN MBAK SHINTA

Hari/Tanggal : Kamis, 20 Agustus 2020

Jam : 19.00 WIB

Lokasi : Bank Syariah Mandiri (Vidcall)

| No | PERTANYAAN | | JAWABAN |
|---|---|---|---|
| 1 | Apakah terdapat tolok ukur kesuksesan dalam strategi pemasaran PBO di lembaga BSM? | : | Tolok ukur pencapain strategi pemasaran PBO BSM ada tiga: CIF (data nasabah), DPK (dana pihak ketiga), dan Produk Holding (sejauh mana produk berjalan sesuai konsep) |
| 2 | BSM merupakan bank Syariah, apakah dalam impelementasi PBO di BSM menggunakan prinsip maqashid syariah mbak? | : | Tentu, produk mempertimbangkan aspek tersebut.<br>dalam produk priority banking officer sangat memperhatikan maqashid Syariah melalui beberapa layanan: yakni layanan zakat & Ziswaf (tidak hanya pas hidup tapi meninggal pun masih dikelola), layanan medical check up, dan investment kemaslahatan umat. |
| 3 | Apakah terdapat ketentuan khusus terkait implementasi strategi pemasaran PBO dari kantor pusat ke kantor area BSM? | : | Dalam hal produk, pola komunikasi, pengawasan, serta strategi pemasaran terdapat ketentuan khusus dan sesuai SOP priority banking officer. dan dalam beberapa area menaungi beberapa cabang untuk memudahkan proses closing, transaksi, bahkan appointment antara nasabah prioritas dengan pegawai prioritas. |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| 4 | Dalam strategi pemasaran ada teori bauran pemasaran? apakah bauran pemasaran di PBO BSM masih sangat efektif mbak? | : | Masih sangat efektif sekali!<br>Dalam bauran pemasaran mencakup beberapa aspek ya dek: dari segi produk sebetulnya sama dengan yang regular karena masuk kategori DPK,<br>untuk yang aspek harga pasti keliatan berbeda dari segi saldo minimum, di BSM sendiri saldo minimum sebesar 500 juta rupiah, di PBO menggunakan nisbah bagi hasil nantinya keuntungan akan dibagi dua.<br>Untuk yang promosi kita lebih dominan ke personal selling karena memang fasilitas dan service excellent sesuai dengan SOP. dan bisa juga melalui nasabah regular yang potensial nantinya.<br>Untuk yang tempat, kalo adek ke BSM Jember, sudah berbeda sekali antara kantor nasabah regular dan kantor nasabah prioritas, dari tempat parkir khusus yang dibedakan, satpam, dan karyawan khusus yang menangani.<br>Untuk orang-orang atau karyawan pastinya melakukan pelayanan dan service excellent sesuai dengan SOP BSM pusat dan setiap karyawan nasabah prioritas mendampingi 100 nasbah prioritas baik di area maupun di cabang. jika nantinya di si karyawan sedang bertugas di area atau tidak ditempat maka karyawan cabang bisa menggantikan.<br>Dari segi fisik seperti ruangan, layanan, fasilitas sangat berbeda sekali dengan nasabah regular. |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5 | Untuk lebih jelasnya bagaimana mbak, terkait prosedur pelayanan yang diberikan kepada nasabah prioritas? | : | Nasabah harus membawa id card atau kartu identitas nasabah priority jika mau dating ke kantor pusat, area, maupun kantor cabang. jadi kartu identitas berfungsi guna untuk memberi tanda pengenal, dan bahwa nasabah ini berhak memiliki pelayanan dan service istimewa dari mandiri syariah priority. kartu nasabah priority tinggal menunjukkan kepada security agar diarahkan ke bagian konter layanan prioritas. dan jika tidak ada konter layanan, maka petugas prioritas akan melayani secara langsung. yang pasti, nasabah dengan identitas prioritas tidak perlu mengantri dan memang mendapatkan pelayanan istimewa. |
| 6 | Untuk standar operasional presedur di mandiri syariah priority seperti apa mbak? | | Dalam hal pelayanan lebih akrab dan mendalam dalam berbicara dalam aspek sopan santun dan tata krama. dalam penampilan formal dan rapi. ketika nasabah datang ke kantor priority maka petugas mandiri syariah priority memperlakukan sebagai partner dan menanyakan segala kebutuhan serta keinginanya. |
| 7 | Perbedaan karakter nasabah prioritas dengan nasabah regular? | : | Nasabah prioritas biasanya ada yang memantau dan mendampingi, tidak hanya itu nasabah prioritas itu jarang pergi ke bank mereka lebih suka ketemuan diluar, dan sebelum melakukan aktivitas di bank atau yang berhubungan dengan bank maka membuat appointment terlebih dahulu. |
| 8 | PBO BSM merupakan priority banking officer versi Syariah, apakah ada mbak, nasabah prioritas non muslim? | : | Ada dek, saya sudah closing nasabah prioritas dari etnis cina satu, dibanyuwangi malah |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | banyak nasabah prioritas non muslim. |
| 9 | Apa kiranya alasan nasabah non muslim menjadi nasabah prioritas di PBO BSM jember? | : | Rata-rata nasabah non muslim tertarik dengan sistem bagi hasil yang menjadi jargon bank Syariah selama ini. mereka ingin mengetahui sistem bagi hasil secara detal sehingga dia mendaftarkan diri ke nasabah prioritas |
| 10 | Selain tertarik dengan bagi hasil, apakah ada alasan lain mbak? | : | Ada dek, nasabah saya ini yang dari etnis cina, tertarik dengan bank Syariah karena tidak hanya ingin mempelajari sistem bagi hasil, tetapi juga ingin belajar terkait sistem perbankan Syariah dan kestabilan perbankan Syariah |
| 11 | Apakah funding dari nasabah prioritas memiliki potensi meningkatkan market share di perbankan Syariah? | : | Sangat meningkatkan market share sekali, |
| 12 | Berapa persen potensi tabungan nasabah proritas ke market share mbak? | : | sumbangsih yang diberikan dari DPK atau tabungan prioritas sebesar 80%, selebihnya sumbangsih dari funding dan lending regular. |

Peneliti

Moh. An'am

Informan

Mbak Sinta
Priority Banking
Representative

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

**LAMPIRAN 2**

HASIL WAWANCARA DENGAN MAS ANTO

Hari/Tanggal : Selasa/ 25 Agustus 2020

Jam : 10.00 WIB

Lokasi : Bank Syariah Mandiri Jember (Vidcall)

| NO | PERTANYAAN | | JAWABAN |
|---|---|---|---|
| 1 | Sebagai seorang karyawan di *priority Banking Officer* Bank Syariah Mandiri Jember, bagaiamana tolok ukur kesuksesan marketing *Priority Banking Officer?* | : | Tolok ukur kesuksesan *Priority Banking Officer* bagi seorang marketing yakni 120%. dalam tolok ukur kesuksesan tersebut ada beberapa aspek yakni: pertumbuhan dana, maksudnya proses pengembangan dana dalam segi pembiayaan yang nantinya akan menimbulkan efek bagi hasil. standarisasi pelayanan yang diberikan, pelayanan yang sesuai dengan Standar Oprasional Prosedur *Priority Banking Officer* Bank Syariah Mandiri. dan terakhir Based Income, pendapatan yang masuk dari nasabah prioritas. |
| 2 | Bank Syariah Mandiri merupakan lembaga Syariah, apakah dalam setiap kegiatan pemasaran meng implementasikan aspek maqashid Syariah? | : | Pasti, sistem bank Syariah dan juga proses transaksi keuangan selalu memperhatikan aspek *Maqashid Syariah.* dalam penghimpunan dana Syariah sudah diatur dalam UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah. dimana produk perhimpunan sudah melalui proses yang ketat. produk yang sudah masuk dalam undang-undang dan diresmikan dengan fatwa MUI. |
| 3 | Apakah dalam menjalankan strategi pemasaran ada ketentuan khusus terkait *Priority Banking Officer* dari pusat Bank Syariah Mandiri? | : | Iya mas, dari pusat Bank Syariah Mandiri ada standar operasional prosedur yang harus dijalankan oleh kami (pihak area jember) dan secara tidak langsung juga oleh cabang priority yang lain. seperti standar operasional pelayanan dan |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | service excellent terhadap nasabah prioritas. |
| 4 | Dalam teori ada istilah Bauran Pemasaran, apakah jika diterapkan dalam pemasaran *Priority Banking Officer* masih sangat efektif? | : | Masih sangat efektif sekali, dalam hal itu kan menyangkut masalah tujuh P mas, produk, harga, dll. nah, hal itu masih sangat penting bagi kami (prioritas) guna menjalankan proses-proses mendapatkan nasabah (closing). |
| 5 | Terkait produk, berapa minimal saldo rekening yang ada di tabungan prioritas? | : | Sebetulnya namanya bukan tabungan proritas mas, akan tetapi sama seperti produk penghimpunan yang lain seperti tabungan, giro, deposito atau yang biasa disebut dengan DPK (dana pihak ketiga). nah untuk pembeda dari semua penghimpunan prioritas ini terletak di saldo minimum, pelayanan, serta fasilitas. Untuk saldo minimum sebesar 500 juta |
| 6 | Akad apa yang digunakan dalam tabungan prioritas? | : | Akad yang digunakan dalam tabungan ini sama seperti penghimpunan, ada akad wadiah, mudharabah. kami memberikan opsi berserta keterangan. nasabah tinggal menentukan keinginan yang sesuai dengan kebutuhan. |
| 7 | Bagaimana akad yang diterapkan dalam tabungan prioritas ini mas? | : | Akad mudharabah |
| 8 | Ada jenis 3 mudharabah, mudharabah yang seperti apa digunakan pada layanan prioritas? | : | Di Bank Syariah Mandiri dalam *Priority Banking Officer* menggunakan akad mudharabah muthlaqah artinya investasi tidak terikat, baik dari segi tempat, cara, maupun objek investasi. |
| 9 | Bagaimana sistem bagi hasil di layanan *Priority Banking Officer?* | : | Jadi untuk sistem bagi hasil sama dengan produk penghimpunan, yang menjadi pembeda yakni dana yang ditanamkan nasabah diatas 100 juta sebesar 17%, untuk dana yang dibawah 100 juta sebesar 12%. proses nisbah juga mengikuti kegiatan perkembangan usaha yang dilakukan. dalam prioritas dana sebesar 500 juta, apabila dalam pengembangan dana |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | tersebut bagus pada bulan pertama hasilnya juga bagus, sistemnya menyesuaikan kinerja selama 1 bulan. kalo di konven kan tidak ada seperti itu, berdasarkan Bunga yang didapat dari kesepakatan awal. maksudnya, jika ada peningkatan dana yang dikembangnya ya bunganya tetap saja. |
| 10 | Terkait nasabah prioritas, promosi seperti apa yang menjadi andalan *Priority Banking Officer?* | : | Yang menjadi andalan promosi *Priority Banking Officer* yakni pada nasabah potensial. nasabah potensial, nasabah yang kemampuan danaya yang mendekati saldo minimum prioritas dan juga nasabah potensial dilihat dari pekerjaanya, semisal dia menjadi dokter. |
| 13 | Selain itu mas? | : | Kami juga melakukan pendekatan secara personal selling, konsep personal selling prioritas kepada nasabah yang memiliki kemampuan dana tersebut agar bisa dialihkan dari regular ke prioritas, personal selling di prioritas bukan pada door to door atau dari nasabah satu ke yang lainya.<br>Ada juga nasabah resisting, maksudnya nasabah yang sudah menggunakan proses retail diatas saldo sebesar 300 juta, itu bisa juga ditawari menjadi nasabah prioritas. Dan yang terakhir melalui persentase BUMN, artinya kami mendekati golongan BUMN yang memiliki stabilitas keuangan dan minim resiko. kami melihat dari persentasi yang tertera dalam grafik kami. |
| 14 | dalam hal memasarkan produk, mempengaruhi perspektif nasabah, dan menjalin hubungan dengan nasabah bukanlah hal yang mudah, bagaimana SDM | : | Gini mas, semua petugas yang ada dimandiri syariah priority melakukan training terlebih dahulu bertujuan agar dalam memahami divisi dan jobdisk lebih mudah, dan |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | sendiri di mandiri syariah priority? | | pendalaman dalam hal pengentahuan, keterampilan, kualitas pelayanan, dan penampilan sesuai dengan Standar Operasional Prosedur yang berlaku di mandiri syariah priority. |
| 15 | *Priority* Jember menaungi berapa cabang mas? | : | Dijember itu disebut area, area prioritas jember menaungi 8 cabang kantor priority diantaranya: lumajang, jember, banyuwangi, genteng, situbondo, bondowoso. nah terkadang dalam setiap kota ada yang dua karena luas wilayah yang begitu besar. |
| 16 | dalam struktur *Priority Banking Officer* ada berapa orang? | : | Dalam area jember ada 4 orang yang menangani nasabah prioritas. terbagi menjadi dua divisi yakni *Priority Banking Officer, dan Priority Banking Representatif.* |
| 17 | Dalam setiap orang menangani berapa nasabah prioritas? | : | Kalo *Priority Banking Officer* itu menangai 150 nasabah prioritas, untuk yang *Priority Banking Representatif* menangani 100 nasabah |
| 18 | Hubungan seperti apa yang diterapkan antara nasabah dan pegawai Mandiri Prioritas? | : | Kalo dulu nasabah adalah raja, seorang karyawan akan memenuhi kebutuhan dari nasabah tersebut. akan tetapi konsep itu sudah berubah menjadi "partner" jadi hubungan saling menguntungkan antara nasabah dengan karyawan. karyawan juga sebagai advisor fungsinya sebagai memberikan opsi-opsi atas kegiatan transaksi keuangan. |
| 19 | Dalam struktur *Priority Banking Officer* posisi PBr dan PBo itu sama, apakah yang membedakan keduanya mas? | : | Sebetulnya sama mas, dari segi jobdisk ataupun struktural sama yang membedakan yakni pada pendampingan nasabah. untuk Pbr sebagai staff menangani 100 nasabah, dan PBO sebagai office menangi 150 nasabah. |
| 20 | Bank Syariah Mandiri merupakan lembaga Syariah, apakah nasabah yang menjadi nasabah prioritas ada dari kalangan non muslim? | : | Ada mas, jadi hampir setiap cabang di jember ini ada nasabah non muslim, saya ada datanya kok, tapi saya lupa berapa nasabah non |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | muslim yang ada dia area jember ini. |
| 21 | Alasan yang mendasari nasabah non muslim menjadi nasabah prioritas di Bank Syariah Mandiri Jember? | | Alasan dari nasabah non muslim yakni ketertarikan terhadap bagi hasil yang ad di bank Syariah. bagi hasil yang diberikan tergantung dari proses pengembangan dana, jika pengembangan dana hasilnya bagus, bagi hasil juga naik. |
| 22 | Tabungan Mudharabah *Priority Banking Officer* termasuk DPK, berapa jumlah persen prioritas ke Market Share perbankan Syariah? | | Sebanyak 40%, untuk 60% dari pembiayaan ritail. |

Peneliti

Moh. An'am

Informan

Mas Anto
Priority Banking
Representative

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

**LAMPIRAN 3**

DRAFT WAWANCARA DENGAN PAK JUMARTONO

Hari/Tanggal : Selasa/ 1 September 2020

Jam : 11.00 WIB

Lokasi : Bank Syariah Mandiri Jember (Vidcall)

| No | Pertanyaan | | Jawaban |
|---|---|---|---|
| 1 | Bagaimana tolok ukur kesuksesan AFTM (Area Funding Transaction Manager) di Priority Banking Officer? | : | AFTM (Area Funding Transaction Manager) adalah bagian dari penanggung jawab funding atau pendaan mandiri syariah baik priority maupun regular dan bertanggung jawab dalam pengembangan dana sesuai dengan target yang menjadi acuan.<br>AFTM fokus pada funding perserorangan dan lembaga akan tetapi mempunyai ruang lingkup yang luas karena fokusnya pada nasabah regular dan prioritas.<br>Saya sebutkan tiga karena hal ini membutuhkan fokus yang lebih, 1. dana (dana merupakan hal utama pada bagian funding), 2. transaksi (transaksi merupakan salah satu step terkait closing nasabah). 3. fee based (fee based adalah merupakan proses pendapatan laba dari fasilitas yang digunakan oleh nasabah baik regular maupun prioritas). |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | AFTM mandiri syariah kantor cabang jember merupakan area atau pusat dari daerah yang menaungi delapan kantor cabang mandiri syariah. dalam hal tolok ukur kesuksesan mencerminkan target DPK (Dana Pihak Ketiga) yang berada pada area jember ini. |
| 2 | Target DPK (Dana Pihak Ketiga) berapa persen pak? jika DPK Priority berapa persen? | : | Terkait DPK (Dana Pihak Ketiga) termasuk funding. funding adalah target utama dari AFTM. untuk total dari funding keseluruhan berjumlah 1 triliun 12 miliar dalam waktu 1 tahun. kalo difokuskan pada DPK priority dalam satu tahun mencapai 807 miliar. |
| 3 | Terkait target funding priority seperti apa pak? | : | Kalo target di bagian AFTM terbagi menjadi dua yaitu realisasi dan angka. untuk realisasi itu fokus pada operasional dan layanan. untuk yang angka maksudnya dalam satu tahun kita menargetkan berapa triliun yang akan didapat. |
| 4 | Dalam menjalankan realisasi priority target, apakah lembaga Bank Syariah Mandiri menerapakan konsep maqashid syariah? | ; | Ya memang, itu merupakan ketentuan syariah yang harus kita terapkan. Bank Syariah Mandiri merupakan lembaga bank syariah, tentunya kita sebagai lembaga harus menerapkan prinsip maqashid syariah. |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5 | Apakah dalam visi dan misi Bank Syariah Mandiri sesuai dengan konsep maqashid syariah? | : | Visi dan misi itu dibuat untuk menjadi acuan kerja yang ditentukan. misalnya setahun, yaitu acuan kerja selama setahun itu ada landasan dalam membuat kebijakan dan strategi. dan pastinya visi misi itu harus mempunyai target dan harus sesuai. |
| 6 | Dalam konteks marketing ada teori bauran pemasaran yakni 7p, apakah teori tersebut masih sangat efektif jika di implementasikan di mandiri syariah priority? | : | Dalam teori bauran pemasaran yang samean katakan tadi salah satunya ada produk. produk tujuanya ada beberapa macam diantranya untuk mencari laba, proses lending, produk tabungan, dan pemasaran.<br>Cari laba merupakan suatu hal yang penting, karena setiap lembaga baik perusahaan jasa, barang, institusi, dll. pasti untuk mendapatkan laba. Proses lending bertujuan untuk menyalurkan pembiayaan pada nasabah yang membutuhkan dana, dan pada saat itu produk digunakan untuk mempermudah dalam mengkategorikan kebutuhan nasabah.<br>Produk tabungan lebih mengarah pada proses funding atau penanaman modal nasabah kepada kita, dalam hal ini juga untuk menyediakan kebutuhan nasabah. terakhir adalah pemasaran yang befungsi |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | memberikan segala kebutuhan dan keinginan dari nasabah sendiri baik regular maupun prioritas. |
| 7 | Bagaimana tolok ukur terkait produk mandiri syariah priority? | : | Tolok ukur dari produk mandiri syariah priority adalah breakdown artinya laporan keuangan yang disajikan berbentuk file nantinya akan di share ke beberapa objek. dalam mekanisme breakdown itu ada ada tiga tahap, breakdown perbulan, breakdown pertriwulan, dan breakdown pertahun. breakdown tersebut nantinya akan dikirim ke OJK (Otoritas Jasa Keuangan) untuk dinilai dan di public fungsinya untuk menarik investor. |
| 8 | Bagaimana parameter laba pada produk mandiri syariah priority? | : | Sebetulnya bukan parameter ya, artinya laba itu merupakan tujuan dari organisasi itu sendiri. sudah saya jelaskan di awal bahwa perusahaan barang dan jasa itu pasti harus ada labanya. |
| 9 | Tahapan laba pada bagian AFTM? | : | Dalam mencari laba ada tiga tahapan: 1. DPK (dana pihak ketiga) dana pihak ketiga itu meliputi (tabungan, giro, dan deposito). dalam DPK ini masuk dalam bagian funding atau penghimpunan dana (penanaman modal dari nasabah). |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | 2. menjaga kualitas pembiayaan jangan sampai macet. dalam lembaga syariah pembiayaan itu tidak ada bunga, makanya jangan sampai macet. beda lagi sama konven semakin telat nasabah membayar maka bank konven tersebut akan semakin untung karena Bungan akan digandakan.<br>3. fee based merupakan komponen (laba) yang diperoleh tanpa adanya proses. maksudnya fasilitas yang digunakan oleh nasabah ada biaya tersendiri. contohnya adalah penggunaan ATM (Anjungan tunai Mandiri).<br>Dalam fee based ini kami juga menarget. total target berupa angka. total fee based berjumlah 117 dan harus mencapai angka sebesar 12 miliar. |
| 10 | Proses management laporan keuangan? | : | Manajement keuangan terbagi menjadi tiga<br>1. laporan perbulan<br>2. laporan pertriwulan<br>3. laporan pertahun |
| 11 | Bagaimana tahapan proses aspek harga mandiri syariah priority? | : | Proses pada aspek harga memiliki 2 tahapan, yakni:<br>1. tersentral (semua yang menghandle itu pusat, jadi alurnya |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | dari cabang ke area dan langsung ke pusat).<br>2. nisbah bagi hasil fluktuasi (lembaga syariah dalam hal funding menggunakan sistem nisbah artinya pembagian sesuai dengan kesepakatan tapi sifatnya fluktuatif. fluktuatif itu kadang tinggi kadang rendah (tidak tentu) karena hal tersebut dipengaruhi oleh pengembangan dana yang dilakukan setiap perbulan. jadi nisbah tersebut di sepakati pada akhir bulan. beda sama konven, konven itu pakai bunga jadi bunganya ditentukan diawal sebesar berapa persen. Bunga tidak mempengaruhi apapun artinya kinerja dalam proses pengembangan dana tidak mempengaruhi hasil. hasil rendah dan tinggi tidak akan mempengaruhi bunga tersebut. |
| 12 | Perbedaan dari nisbah bagi hasil syariah dan Bungan konven? | : | Nisbah bagi hasil adalah konsep bank syariah dalam pembagian keuntungan. nisbah bagi hasil dipengaruhi oleh kinerja pengembangan aktivitas dana. besar kecilnya nisbah itu tergantung hal tersebut makanya nisbah disepakati diakhir bulan. dalam hal ini tidak ada yang dirugikan karena memang |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | porsinya sesuai hasil yang didapat diakhir.<br>Pada kasus krisis moneter tahun 1998 semua bank konven colaps (bangkrut) kecuali bank syariah karena keuntungan yang bersifat fluktuatif itu dipengaruhi oleh kinerja aktivitas pengembangan dana, dan pembagian keuntungan di bagi pada akhir bulan. jadi, tidak mengurangi asset dan laba dari perusahaan itu sendiri.<br>Jika pada bank konven itu konsepnya Bunga, Bunga adalah keuntungan, Bunga diatur dan disepakati diawal. jadi Bunga tidak dipengaruhi oleh kinerja aktivitas pengembangan dana. Bungan sifatnya tidak fluktuatif, jadi ya besar kecilnya dari aktivitas pengembangan dana tidak mempengaruhi bunga. pada kasus krismon banyak bank konven yang bangkrut karena tidak bisa membayar bunga kepada nasabah. |
| 13 | Acuan nisbah bagi hasil bank syariah mandiri priority? | : | Untuk acuan itu 60% untuk bank syariah, dan 40% untuk nasabah. jadi acuan itu bersifat fluktuatif, keuntungan yang didapat dari kedua belah pihak bisa kecil dan juga bisa besar. Dalam bank syariah funding |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | tidak hanya DPK, bisa juga reksadana, dan sukuk. |
| 14 | Apa peran dari karyawan priority terhadap nasabah priority? | : | Peran karyawan mandiri syariah priority ada banyak tapi yang begitu signifikan ada 3 tahap, yakni:<br>1. memberikan opsi kepada nasabah jika dananya sudah mencapai saldo minimum syariah priority (memberikan sebuah opsi)<br>2. karyawan hanya memberikan pilihan kepada nasabah, nasabah yang menentukan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. dalam hal ini tidak ada unsur paksaan dan lain sebagainya.<br>3. dari tiga opsi tersebut memberitahukan kepada nasabah bahwa dalam funding DPK (dana pihak ketiga) nisbah bagi hasil yang paling besar adalah di deposito. artinya proses ini memberikan opsi biar sama sama menguntungkan. |
| 15 | Apakah dalam lending diatas 500 juta akan menjadi nasabah mandiri syariah priority? | : | Tidak, mandiri syariah priority itu masuk DPK jadinya khusus untuk funding saja, terkait ihwal lending sebanyak apapun tidak akan masuk kategori nasabah priority. |
| 16 | Bagaimana strategi pemasaran dalam mendapatkan nasabah prioritas (Closing)? | : | Nasabah prioritas itu saldo minimum banyak, jadi penawaran kepada nasabah biasanya sudah kenal |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | sebelumnya. ada 4 tahap, yakni: kedekatan hubungan antara karyawan dan nasabah, hubungan bisnis yang sudah lama terjalin, transaksi bisnis.<br>Yang terakhir yakni colabs antara divisi bank syariah mandiri dengan mandiri syariah priority. konsep yang gagas adalah referral, artinya kebutuhan nasabah yang diarahkan kepada produk lain. contoh: nasabah priority ingin membeli rumah, maka produk rumah pada bank syariah mandiri bisa dicolabs untuk memenuhi kebutuhan nasabah priority. |
| 17 | Dalam mendapatkan nasabah, apakah ada nasabah prioritas non muslim? | : | Ada, nasabah prioritas non muslim dari kalangan cina dan biarawati.<br>tapi saya tidak mempunyai data. tidak hanya diarea saja tapi dicabang area jember juga ada. |
| 18 | Apa yang melatarbelakangi nasabah non muslim tertarik dengan mandiri syariah priority? | : | Konsep bank syariah itu universalitas artinya tidak membedakan perihal agama, selama dana dan sumber perolehan sesuai dengan kriteria syariah kenapa tidak boleh. dan dalam perolehan fasilitas kita tidak membeda bedakan antara nasabah muslim dan non muslim. |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| 19 | Berapa potensi market share mandiri syariah priority? | : | Market share perbankan syariah di daerah dan nasional sebesar 8%. |
| 20 | Apa yang menjadi faktor market share perbankan syariah tidak begitu signifikan? | : | Ada beberapa faktor, diantaranya:<br>1. prosedur yang sangat selektif<br>Nasabah prioritas tidak hanya perorangan tapi juga perusahaan. perusahaan dalam menjadi nasabah prioritas dilihat dulu dari sumber perolehan. perusahaan jika sumber perolehan dari rokok, alkohol, dan perhotelan itu tidak boleh, kecuali khusus perhotelan syariah. karena perusahaan tersebut lebih mengarah pada larangan syariah. perusahaan tidak boleh jika pendapatanya dilarang oleh agama islam, terkait payroll itu boleh meskipun dari perusahaan rokok. jadi untuk payroll gaji yang didapat boleh menjadi nasabah prioritas karena orangnya bukan perusahaanya. jika nanti saldo mencukupi yang nanti akan di upgrade menjadi nasabah prioritas.<br>2. kurang promosi<br>3. competitor (musuh)<br>Competitor tidak hanya berasal dari bank konven tapi juga berasal dari bank syariah. maka competitor menjadi faktor penghambat dalam perkembangan market share lembaga bank syariah. |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| 21 | Bagaimana hubungan antara nasabah prioritas dengan karyawan mandiri syariah priority? | : | Hubungan nasabah dengan karyawan prioritas menggunakan konsep "customer sentrik". karyawan mandiri syariah prioritas memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah prioritas. dalam pepatah Betawi mengatakan "loe minta gue ada" |

Peneliti

Moh. An'am

Informan

Pak Jumartono
Area Funding
Transaction Manager

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

**LAMPIRAN 4**

DRAFT WAWANCARA DENGAN MAS BIRBIK

Hari/Tanggal : Sabtu/ 5 September 2020

Jam : 11.00 WIB

Lokasi : Bank Syariah Mandiri Jember (Vidcall)

| No | Pertanyaan | | Jawaban |
|---|---|---|---|
| 1 | Apakah terdapat tolok ukur kesuksesan dalam strategi pemasaran PBO di lembaga BSM? | : | Priority Banking Officer adalah target penting dalam pencapaian bisnis area jember, secara asset nasabah prioritas memiliki asset di bank sebesar 50%, karena nasabah prioritas menanamkan modalnya ke bank dalam jumlah yang besar maka perlu adanya fokus stratgei pemasaran dalam segmen ini. *Priority Banking Officer* bertugas menambah dan mengelola nasabah priority untuk meningkatkan *Growth* (dana) serta melakukan *one stop finansial service* untuk meningkatkan *fee based income*.<br>Jadi, semakin banyak kualitas layanan yang diberikan *priority banking officer*, maka semakin banyak asset nasabah yang dipercayakan untuk dikelola dan semakin besar keuntungan yang didapatkan area dari pengelolaan nasabah prioritas. |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2 | Apakah dalam impelementasi strategi pemasaran PBO di BSM menggunakan prinsip aspek maqashid Syariah? | : | Ya mas, jadi tidak hanya strategi pemasaran saja tapi untuk kesemuanya. Bank Syariah Mandiri merupakan lembaga syariah yang menjadi landasanya adalah al qur'an dan MUI, dan fatwa DSN. maka dalam setiap aktivitas itu diatur dan diawasi agar sesuai dengan ajaran agama islam dan tetap menggunakan prinsip maqashid syariah. |
| 3 | Apa indikator bahwasanya penerapan strategi pemasaran PBO di BSM sudah sesuai dengan maqashid Syariah? | : | Jadi dalam lembaga syariah, semua aktivitas keungan baik funding, lending, dll. itu sesuai dengan alqur,an. ada ketetapan MUI, fatwa DSN yang mengatur konsep dan teknisnya. jadi untuk penerapanya mengacu pada ketiga hal tersebut dan selama belum ada ketetapan lain tetap mengacu pada koridor agama karena memang ini lembaga syariah. |
| 4 | Apakah terdapat ketentutan khusus terkait impelementasi strategi pemasaran PBO dari kantor pusat ke kantor cabang BSM? | : | Iya ada, jadi ada acuan khusus. terkait strategi khusus seperti pelayanan dan service excellent itu sesuai dengan pusat. di kantor area seperti jember tinggal menerapkan saja dan sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) yang ada. |
| 5 | Strategi pemasaran seperti apa yang digunakan saat ini? apakah | : | Strategi bauran pemasaran yang samean sebutkan tadi, masih sangat efektif sekali. dalam kompenen |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | strategi bauran pemasaran di PBO masih sangat efektif? | | bauran pemasaran banyak aspek yang mendukung dalam menjalankan aktivitas pemasaran di Mandiri Syariah Priority Kantor Area Jember. |
| 6 | Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran produk di PBO? | : | Produk mandiri syariah priority sama seperti produk mandiri syariah lainya. yang membedakan terletak pada pelayanan, fasilitas dan service excellent. karena pada dasarnya funding itu DPK (Dana Pihak Ketiga) yaitu tabungan, deposito, dan giro. dan ditambahkan dengan reksadana, sukuk ritel negara yang ditawarkan kepada nasabah priority. |
| 7 | Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran harga di PBO? | : | Mandiri syariah priority menawarkan kepada nasabah yakni minimal penempatan dana untuk menjadi nasabah priority sebesar 500 juta dengan pembagian nisbah (bagi hasil) yang kompetitif). konsep nisbah ini pada mandiri syariah adalah keuntungan yang didapat kedua belah pihak atas pengembangan dana. nisbah bagi hasil ditentukan diakhir bulan karena sifatnya yang fluktuatif. |
| 8 | Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran promosi di PBO? | : | Dalam strategi pemasaran pada aspek promosi yakni ada 3 tahap:<br>1. nasabah yang menempatkan dananya di bank mandiri syariah minimal 500 juta bisa menjadi |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | nasabah prioritas. nasabah ini disebut dengan nasabah potensial karena dalam penempatan dananya langsung menjadi nasabah prioritas.<br>2. nasabah perorangan dapat upgrade menjadi nasabah priority dengan memenuhi persyaratan yang berlaku. jadi untuk kategori ini nasabah regular yang saldonya sudah mencapai nominal akan ditawari menjadi nasabah prioritas.<br>3. personal selling ke beberapa institusi perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) dan perorangan yang memiliki usaha perumahan dll. |
| 9 | Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran tempat di PBO? | : | Mandiri Syariah Priority Jember merupakan kantor area. kantor area menaungi kantor Cabang. area jember menaungi sebanyak 8 kantor cabang diantaranya: genteng, banyuwangi, situbondo, bondowoso, dll. dengan jumlah kantor layanan priority yang tersebar di beberapa kantor cabang mempermudah para nasabah priority untuk mendapatkan pelayanan mandiri syariah priority. |
| 10 | Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran people di PBO? | : | Untuk karyawan itu sebelum masuk dalam divisi mandiri syariah priority ada proses training terlebih dahulu. karyawan mandiri syariah priority itu |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | | diambil dari divisi lain seperti *back office, fornt office*. maka dari itu dalam proses *training* ada pembekalan yang disesuaikan dengan Standar Operasional Prosedur Mandiri Syariah Priority. |
| 11 | Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran proses di PBO? | : | Penerapan proses strategi pemasaran di mandiri syariah priority yakni dengan cara melakukan proses upgrade nasabah, nasabah upgrade adalah nasabah yang minimal saldo sudah mencapai minimal saldo dari nasabah prioritas. nasabah regular tersebut ditawari dengan mengubah status dari nasabah regular (biasa) dengan nasabah prioritas guna mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang berbeda dari sebelumnya. |
| 12 | Bagaimana penerapan strategi bauran pemasaran physical evidence di PBO? | : | Physical evidence pada mandiri syariah priority dibuat dengan kondisi dan geografi lingkungan disesuaikan dengan keadaan sekitar agar tercipta kenyamanan dalam berkunjung ke mandiri syariah priority, dekorasi dibuat seperti rumah sendiri, penampilan staff kepegawaian rapi dan sopan. |
| 13 | Apakah funding dari nasabah prioritas memiliki potensi | : | Ya mas, karena funding nasabah prioritas sangat berpengaruh bagi |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | | |
|---|---|---|---|
| | meningkatkan market share di perbankan Syariah? | | market share, tidak hanya itu pada sisi pengembangan dana, laba, dll. |
| 14 | Adakah nasabah prioritas di BSM Jember non muslim? | : | Ada mas, jadi untuk nasabah non muslim tidak hanya ada di area jember tapi di daerah seperti banyuwangi, situbondo juga ada. |
| 15 | Apa kiranya alasan mendasar non muslim menjadi nasabah prioritas di BSM? | : | Biasanya yang mendasari nasabah non muslim menjadi nasabah prioritas di bank mandiri syariah priority karena keingintahuan dengan sistem perbankan syariah dan ketertarikan dengan konsep nisbah bagi hasil. |

Peneliti

Moh. An'am

Informan

Mas Birbik
Priority Banking Officer

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

## Lampiran 5

# BIODATA PENELITI

| | |
|---|---|
| Nama Lengkap | : Moh. An'am |
| Tempat, Tanggal Lahir | : Banyuwangi, 25 Mei 1997 |
| Alamat Asal | : Tegalwudi Ds Bedewang Kec Songgon Kab Banyuwangi |
| Alamat Malang | : Jalan Raya Candi III No 454 Karangbesuki Sukun Kota Malang |
| Telepon/HP | : 085749863663 |
| E-mail | : anamjhepret@gmail.com |
| FB/IG | : mohan.am_ |

**Pendidikan Formal**

| Tahun | Jenjang | Nama Instansi |
|---|---|---|
| 2002-2004 | TK | TK Khodijah, Tegalwudi - Banyuwangi |
| 2004-2009 | SD/MI | MI Husnul Huda, Tegalwudi – Banyuwangi |
| 2009-2012 | SMP/MTS | Mts N Rogojampi, Banyuwangi |
| 2012-2015 | SMA/MA | MAN 1 JEMBER |
| 2015-2020 | S1 | Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang |

**Pendidikan Non Formal**

| Tahun | Jenis Pendidikan | Nama Instansi |
|---|---|---|
| 2016-2017 | Program Pengembangan Bahasa Arab (PPBA) | UIN Maliki Malang |
| 2017-2018 | Program Pengembangan Bahasa Inggris (PPBI) | UIN Maliki Malang |

**Pengalaman Kerelawanan**

| Tahun | Nama Kegiatan | Peran |
|---|---|---|
| 2018-2019 | KKM Posdaya | Peserta Kuliah Kerja Mahasiswa |

**Pengalaman Organisasi**

| Tahun | Bidang | Nama Organisasi |
|---|---|---|
| 2017-2018 | Anggota Bidang Kaderisasi | Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon Ekonomi "Moch.Hatta" |
| 2017-2018 | Departemen Public Relation | Himpunan Mahasiswa Prodi D3 Perbankan Syariah |
| 2018-2019 | Anggota Bidang Kaderisasi | Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Rayon Ekonomi "Moch.Hatta" |
| 2018-2019 | Wakil Ketua HMJ Perbankan Syariah | Himpunan Mahasiswa Jurusan S1 Perbankan Syariah |
| 2018-2019 | Anggota | IMAPSI (Ikatan Mahasiswa Perbankan Syariah Indonesia) |

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

| | | |
|---|---|---|
| 2019-2020 | Ketua Senat Mahasiswa | Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang |
| 2020-2021 | Ketua Senat Mahasiswa | Senat Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang |

**Prestasi Akademik dan Non Akademik**

| Tahun | Prestasi | Penyelenggara |
|---|---|---|
| 2016 | Peserta Terbaik 1 Improvement Skill of Islamic Banking | Himpunan Mahasiswa Prodi D3 Perbankan Syariah |
| 2017 | Penerima Beasiswa Prestasi | Bank Syariah Mandiri Cabang Malang |
| 2017 | Finalis Nasional Debate Competition | DEMA FE UIN Maliki Malang |
| 2018 | Paper Competition Andalas Accoounting Nasional (30 category) | Andalas University |
| 2018 | Penerima Beasiswa Prestasi | Bank Rakyat Indonesia |
| 2019 | Penerima Beasiswa Prestasi | Bank Rakyat Indonesia |
| 2020 | Penerima Beasiswa Prestasi | Uin Malang Kategori Keorganisasian |

**Aktivitas dan Pelatihan**

- Peserta "Sosialisasi Manasik Haji untuk Mahasiswa/Mahasantri yang diselenggarakan oleh Pusat Ma had Al-Jamiah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang" tahun 2016.
- Peserta Seminar Nasional Ekonomi "Menggagas Link-Match Brancless Banking Performance Programme Menuju Inklusivitas Keuangan Syariah" tahun 2016.
- Peserta Sosialisasi "Peluang dan Tantangan Industri Keuangan NonBank Syariah Di Indonesia" tahun 2016.
- Peserta & Finalis Debate Competition "Sinergitas Industri, Masyarakat dan Pemerintahan dalam Menyukseskan Digitalisasi Ekonomi" tahun 2017.
- Peserta Seminar Nasional "Build Your Digital Business and Be Millenia Entrepreneur" tahun 2017.
- Peserta Sosialiasi EMPAT PILAR MPR RI tahun 2017.
- Peserta Sosialisasi "Peluang dan Tantangan Industri Keuangan NonBank Syariah Di Indonesia" tahun 2017.
- Peserta Seminar Nasional "Lembaga Filantropi Islam: Kajian Audit Internal Bertauhid, Fundraising, dan Pemasaran Syariah tahun 2017.
- Peserta Seminar Nasional "Meneropong Budaya Pendidikan di Indonesia" tahun 2017.
- Peserta Internasional Conference On Islamic Elementary Scholl Studies "Teaching Character in Globalization Era" tahun 2017.
- Peserta RELAUNCHING GALERI INVESTASI SYARIAH DAN SOSIALISASI PASAR MODAL tahun 2018.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

- Participant and Commite The 6 Years Internasional Conference of Islamic Economics & Business (ICONISS) tahun 2018.
- Peserta Seminar Nasional Ekonomi Syariah "Penyatuan Potensi dan Pemantapan Ekonomi Syariah di Indonesia tahun 2019.
- LETTER OF INTENT (LOI) Dewan Perwakilan Mahasiswa (DPM) IAIN Jember dan Senat Mahasiswa (SEMA) FE UIN Maliki Malang tahun 2019.
- Peserta Sekolah Advokasi Kebijakan Kampus "PMII Mewujudkan Nalar Gerakan Kader Bernafaskan Nasionalis dalam Pergulatan Kampus" tahun 2020.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

**Lampiran 6**

## BUKTI KONSULTASI

Nama : Moh. An'am
NIM : 18540088
Dosen Pembimbing : Dr. Siswanto, S.E., M.Si
Judul Skripsi : Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember)

| NO | Tanggal Konsultasi | Materi Konsultasi | Paraf Pembimbing |
|---|---|---|---|
| 1 | 4 November 2019 | Pengajuan Outline Skripsi | |
| 2 | 9 Desember 2019 | Proposal | |
| 3 | 18 Februari 2020 | Revisi dan Acc proposal | |
| 4 | 5 April 2020 | Seminar Proposal | |
| 5 | 1 Juni 2020 | Acc Seminar Proposal | |
| 6 | 1 Juli 2020 | Skripsi Bab IV-V | |
| 7 | 5 Oktober 2020 | Revisi & Acc Bab IV-v | |
| 8 | 26 Oktober 2020 | Seminar Hasil | |
| 9 | 13 Desember 2020 | Revisi & Acc Ujian Skripsi | |

Malang, 13 Desember 2020
Ketua Jurusan

Eko Suprayitno.SE., M.Si. Ph.D
NIP 19751109 199903 1 003

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

PT Bank Syariah Mandiri
Kantor Cabang Jember
Jl. PB. Sudirman No. 41-43
Telp. (0331) 411 522
Fax. (0331) 411 525

# SURAT KETERANGAN

No. 23/40-3/051

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan PB. Sudirman No 41-43 Jember. dengan ini menerangkan bahwa :

| | |
|---|---|
| Nama | : Moh. An'am |
| NIM | : 18540088 |
| Fakultas / Prodi | : Fakultas Ekonomi / Perbankan Syariah |
| Universitas | : UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG |

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Mandiri – Kantor Cabang Jember dengan judul skripsi "**Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Priority Bangking Officer Ditinjau Dari Perspektif Maqashid Syariah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 21 Januari 2021
PT BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR CABANG JEMBER

Frida Herawati
Branch Operation and Service Manager

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

**KEMENTRIAN AGAMA**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**
**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**
**FAKULTAS EKONOMI**
**Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881**

## SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
## (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : Zuraidah, SE., M.SA
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :
Nama : Moh. An'am
NIM : 18540088
Handphone : 085749863663
Konsentrasi : S1 Perbankan Syariah
Email : anamjhepret@gmail.com
Judul Skripsi :"Implementasi Strategi Bauran Pemasaran *Priority Banking Officer* (PBO) Di Tinjau Dari Perspektif *Maqashid Syariah* (Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Jember)"

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan ***BEBAS PLAGIARISME*** dari ***TURNITIN*** dengan nilai *Originaly report:*

| SIMILARTY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATION | STUDENT PAPER |
|---|---|---|---|
| **23%** | **23%** | **1%** | **3%** |

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Januari 2021
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA
NIP 197612102009122 001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG