

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.¹

Bank syariah merupakan salah satu aplikasi dari sistem ekonomi syariah atau Islam yang merupakan bagian dari nilai-nilai ajaran Islam mengatur bidang perekonomian umat dan tidak terpisahkan dari aspek-aspek lain ajaran Islam yang *komprehensif* dan *universal*. *Komprehensif* berarti Islam merangkum semua aspek kehidupan, baik ritual maupun sosial. Sedangkan *universal* bahwa syariah Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat tanpa memandang ras, suku, golongan dan agama sesuai prinsip Islam sebagai “*rahmatan lil alamin*”.²

Tujuan bank Islam adalah memacu perkembangan ekonomi dan kemajuan sosial dari negara-negara anggota dan masyarakat muslim baik secara individual maupun secara kolektif.³ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada hakikatnya hukum-hukum Islam (Syariat Islam) bertujuan semata-mata dalam rangka mewujudkan kebaikan dan kebahagiaan hidup umat manusia yang hakiki, baik di dunia maupun di akhirat bukan hanya

¹ Nurnasrina, *Perbankan Syariah*, (Pekanbaru: Suska Pres, 2012), h.19

² Trisadinip Usanti dan Abd.Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h.3

³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), h. 283

semata-mata didunia saja seperti yang sebagian orang dengan paham materialistik.⁴

Kesempurnaan Islam memberikan sebuah kejelasan dan ketegasan dalam aktifitas bisnis. Hal ini sebagai upaya untuk menghindari kezaliman dan kerugian sekecil mungkin, sistem ekonomi Islam yang dilandasi dan bersumber pada ketentuan Al-Quar'an dan Sunnah berisi tentang nilai persaudaraan, rasa cinta, penghargaan kepada waktu, dan kebersamaan.⁵ Dari perspektif Islam, tujuan utama perbankan dan keuangan Islam dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penghapusan bunga dari semua transaksi keuangan dan pembaharuan semua aktivitas bank agar sesuai dengan prinsip Islam.
2. Pencapaian distribusi pendapatan dan kekayaan yang wajar, dan
3. Promosi pembangunan ekonomi.⁶

Berdasarkan kodifikasi produk perbankan syariah yang dikeluarkan oleh direktorat perbankan syariah Bank Indonesia tahun 2008, produk-produk perbankan syariah meliputi penghimpunan dana, penyaluran dan pembiayaan serta produk jasa⁷. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai produk-produk yang ada pada perbankan syariah membuat beberapa produk perbankan syariah kurang diminati oleh nasabah.

⁴ Muh.Said, *Masail Al-Fiqh Al-Nawazil*, (Pekanbaru: Suska Pres, 2014), h.207

⁵ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h.11

⁶ K.Lewis dan Lativa M. Algaoud, *Perbankan Syariah*, (Kemang: Serambi Ilmu Semesta, 2001), h.135

⁷ Sumar'in, *Op.cit*, h.78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Salah satu produk penghimpunan dana perbankan syariah yang kurang diminati yakni *tabungan pensiun*. Tabungan pensiun adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *mudharabah mutlaqah*, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerja sama Bank Syariah Mandiri dengan PT. Taspen yang diperuntukan untuk Pegawai Negeri Sipil di Indonesia.⁸

Pengertian dana pensiun sesuai dengan Undang-undang Nomor 11 Tahun 1992 adalah badan hukum yang mengelola dan menjalankan program yang menjanjikan manfaat pensiun bagi pesertanya. Defenisi tersebut memberikan pengertian bahwa dana pensiun merupakan suatu lembaga yang mengelola program pensiun yang dimaksudkan untuk memberikan kesejahteraan kepada karyawan suatu perusahaan terutama yang telah pensiun. Penyelenggaraan pensiun tersebut dapat dikelola oleh pemberi kerja atau dengan menyerahkan kepada lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan jasa pengelolaan program pensiun.⁹ Allah berfirman pada surat Al- Hasyr ayat 18 yang berbunyi:

﴿تَعْمَلُونَ لِمَا خَيْرٍ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ لِّمَا تَعْمَلُونَ﴾^{١٨} وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَقُوا الْعَدْلَ قَدَّمْتُمْ لِنَفْسِكُمْ وَلْتَنْظُرْ اللَّهُ اتَّقُوا الَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يَتَأْتُوا

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok(akhirat), dan bertakwalah kepada

⁸<http://www.syariahmandiri.co.id/category/info-produk>, diakses pada tanggal 27 Desember 2016

⁹ Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Ed.Ke-2,(Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.268

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Allah. Sungguh Allah melihat apa yang kamu kerjakan.(Q.S. Hasyr: 18).¹⁰

Dari ayat di atas menunjukkan bahwa perlunya perencanaan untuk masa depan. Dikarekan makin lama orang menjalani kehidupannya di dalam masa pensiun, makin menyusut pula kemampuan jasmaniahnya, sebab mereka makin bertambah tua. Mencari pekerjaan sambilanpun tidak kuat lagi. Sumber pendapatan mereka semakin tergantung kepada manfaat pensiun semata, sedangkan pengeluaran tidak berarti semakin berkurang.¹¹

Guna memperkenalkan suatu produk diperluka pemasaran terhadap produk itu sendiri kepada konsumen. Pemasaran yang bagi kebanyakan orang masih diidentikan dengan penjualan menurut Williem J. Stanton merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial, sementara penjualan hanyalah salah satu dari fungsi pemasaran tersebut.¹²

Konsep pemasaran bank sebenarnya tidak banyak berbeda dengan konsep pemasaran sektor bisnis lain, seperti sektor industri manufaktur, sektor bisnis jasa dan lain-lainya.¹³ Sedangkan konsep pemasaran syariah sendiri saat

¹⁰Depatemen Agama RI Al-Hikmah, *Alquran dan Terjemahan* Penerjemah Yayasan Penyelenggara Penterjemah Alquran, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2008), h. 548

¹¹ Hasiholah Siagian, *Manajemen Dana Pensiun di Indonesia*, (Jakarta: Gunung Mulia, 1994), h.1

¹² Veitzal Rava'i, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.34

¹³ Lukman Denda wijay, *Manajemen Perbankan*, Ed ke 2, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2015), h. 6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini baru berkembang seiring berkembangnya ekonomi syariah. Beberapa perusahaan dan bank khususnya yang berbasis syariah telah menerapkan pemasaran secara syariah.¹⁴

Untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh bank maka diperlukan suatu alat. Alat ini yang biasa kita kenal dengan manajemen. Untuk menjalankan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan tersebut diperlukan tempat atau wadah. Tempat atau wadah ini akan digunakan untuk menjalankan segala aktivitas yang diinginkan¹⁵. Manajemen bisnis pada saat ini mulai menyadari masalah dan manfaat menerapkan konsep sistem pemasaran. Sebuah sistem pemasaran adalah rangkaian yang berkaitan dengan pranata, kegiatan dan arus yang dirancang untuk memberi kemudahan bagi transaksi tukar menukar antara organisasi (bisnis atau non bisnis) dengan pasarnya.¹⁶

Manajemen adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian, dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan¹⁷. Sedangkan manajemen pemasaran sendiri adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan

¹⁴M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010),h..22

¹⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Ed.Revisi,(Jakarta: Prenada Media Grup, 2008), h. 191

¹⁶ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Ed.ke-7, (Jakarta: Erlangga, 1984), h.48

¹⁷ H.B.Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif¹⁸.

Paradigma baru muncul dalam pemasaran, dilandasi oleh kebutuhan yang paling pokok yang paling dasar yakni kejujuran, moral, dan etika dalam bernisnis. Inilah *spiritual marketing*.hal ini menjadikan *spiritual marketing* merupakan tingkatan tertinggi dalam konsep pemasaran syariah.¹⁹

Sejauh ini program pensiun syariah di Indonesia, masih dilaksanakan secara terbatas oleh Dana Pensiun Lembaga Keuangan(DPLK) di beberapa bank dan asuransi syariah.²⁰ Dikarenakan masih minimnya dukungan strategi, tata kelola dan pengenalan atau pemasaran untuk dana pensiun syariah masih terbatas. Masih rendahnya minat konsumen terhadap tabungan dana pensiun pada perbankan syariah dapat terlihat dari data pengguna produk tabungan dana pensiun pada PT.Bank Mandiri Syariah KCP Pariaman sebagai berikut :

Tabel 1.1
Daftar Jumlah Nasabah Pengguna Produk Tabungan
Pensiun Tahun 2012-2016

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2012	2
2	2013	5
3	2014	9
4	2015	18
5	2016	20

Sumber: PT.Syariah Mandiri KCP Pariaman

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa pemakai produk tabungan dana pensiun pada PT Syariah Mandiri KCP Pariaman terjadi peningkatan nasabah disetiap tahunnya dari tahun 2012 hingga tahun 2016, lokasi Bank Syariah

¹⁸ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Tim UB Press, 2011), h.2

¹⁹ Hermawan Karta Jaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mark Plus, 2006), h.4

²⁰ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mandiri KCP Pariaman berada di lingkup lokasi perkantoran pegawai negeri sipil, yang mana akan menggunakan manfaat tabungan dana pensiun tersebut. lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikan produk bank dan pusat pengendalian perbankan.²¹ Lokasi bank juga bisa dijadikan lingkungan pemasaran yang dimaksud dengan lingkungan pemasaran adalah kekuatan yang ada di dalam dan di luar perusahaan yang mempengaruhi kemampuan manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan produk-produk bank yang ada.²²

Dari uraian di atas peneliti ingin melihat bagaimanakah manajemen pemasaran yang telah dilakukan pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman guna meningkatkan jumlah nasabah untuk menggunakan produk tabungan dana pensiun. Maka peneliti mengangkat permasalahan ini sebagai objek penelitian dengan judul “SISTEM MANAJEMEN PEMASARAN TABUNGAN DANA PENSUN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT. SYARIAH MANDIRI KCP PARIAMAN (Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah)

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pembatasan masalah agar objek penelitian lebih terfokus dan terarah. Untuk itu, batasan masalah difokuskan pada sistem manajemen pemasaran tabungan dana pensiun dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pariaman ditinjau menurut ekonomi syariah.

²¹ Kasmir, *Op.cit*, h. 145

²² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000), h. 174

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan diteliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana sistem manajemen pemasaran tabungan dana pensiun dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman?
2. Apakah faktor-faktor penghambat dan pendukung produk tabungan dana pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman?
3. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang manajemen pemasaran produk tabungan dana pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan apa yang telah penulis rumuskan dalam rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui sistem manajemen pemasaran produk tabungan dana pensiun dalam meningkatkan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman
- b. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung dari produk tabungan dana pensiun pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Pariman.
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang manajemen pemasaran produk tabungan dana pensiun pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini bagi penulis dan pihak yang terikat antara lain :

- a. Sebagai bahan kajian, rujukan dan perbandingan dengan teori yang dipelajari sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi khususnya dalam manajemen pemasaran.
- b. Sebagai persyaratan guna menyelesaikan studi pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau jurusan ekonomi Islam.

E. Metode Penelitian

Dalam rangka mengumpulkan, menyusun dan mengelola data dalam tulisan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut :

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dimana lokasi penelitiannya adalah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman yang beralamat JL. H.O.S Cokroaminoto No. 9-11 Pariaman, Jati Hilir, Pariaman Tengah. Kota Pariaman, Sumatera Barat. Alasan penulis memilih PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman sebagai lokasi penelitian ini karna peneliti ingin melihat bagaimana sistem manajemen pemasaran tabungan dana pensiun dalam meningkatkan jumlah nasabah seabadanya peningkatan jumlah nasabah produk tabungan dana pensiun setiap tahunnya pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek

Adapun subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman.

b. Objek

Objek penelitian ini adalah sistem manajemen pemasaran produk tabungan dana pensiun dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran ataupun perhitungan, kualitatif maupun kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.²³ Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah 9 orang karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman yang terdiri dari 1 Branch Manager (pimpinan), 1 orang teller, 1 orang customer servis 1 orang JBRM, 1 orang MFS atau biasa dikenal marketing pembiayaan dan 4 orang Sharia Funding Executive (SFE), atau yang biasa dikenal dengan marketing penghimpunan.

²³ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, Ed. Ke-2, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut.²⁴Dari jumlah populasi sebanyak 9 orang maka peneliti mengambil semua populasi menjadi sampel dengan metode *Total Sampling*, yaitu mengambil semua populasi menjadi sampel.

4. Sumber Data

Adapun jenis sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data primer

Data primer merupakan jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utama (sumber asli) baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif.²⁵Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.²⁶

5. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data dari penelitian ini adalah melalui cara :

²⁴ *Ibid*

²⁵ Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi teori dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1999), h.122

²⁶ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 102.



a. Pengamatan (Observasi)

Pengumpulan data melalui observasi dijalankan dengan mengamati dan mencatat pola perilaku orang, obyek, atau kejadian melalui cara yang sistematis (Malhotra).²⁷ Penulis melakukan pengamatan secara langsung di lokasi mengenai subjek penelitian yaitu PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman dan manajemen pemasaran produk tabungan dan pensiunya.

b. Wawancara

Wawancara yaitu proses tanya jawab secara langsung dan mendalam secara terarah dalam masalah yang diteliti pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Pariaman.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, dokumen dan sebagainya.²⁸

6. Metode Analisa Data

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, di mana deskriptif adalah penelitian diuraikan sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan dan dikaitkan dengan teori-teori yang ada, guna untuk mendapatkan kesimpulan. Dan metode kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah

²⁷ Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka, 2009), h. 60

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*, Ed Revisi IV, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h.236

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai instrumen kunci²⁹. Atau deskriptif kualitatif adalah memberikan predikat kepada variabel yang diteliti sesuai dengan kondisi sebenarnya.

7. Teknik Penulisan

Setelah data diperoleh, maka data tersebut kan penulis bahas dengan menggunakan metode-metode sebagai berikut.

- a. Deskriptif, yaitu mengumpulkan data kemudian menyusun, menjelaskan dan menganalisa.
- b. Deduktif, yaitu dengan mengumpulkan data-data yang bersifat umum kemudian diuraikan kepada hal-hal yang bersifat khusus.
- c. Induktif, yaitu dengan mengumpulkan data-data yang bersifat khusus kemudian diuraikan kepada hal-hal yang umum.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam pembahasan, maka sistematikanya dibagi dalam lima bab. Masing-masing bab terdiri dari sub-sub dengan kerangka sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat masalah penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Gambaran Umum, pada bab ini menguraikan sejarah berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pariaman,

²⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2007), h. 1



visi misi, Stuktur Organisasi dan Produk-Produk Bank pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pariaman

BAB III : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan mengenai pengertian Tabungan Dana Pensiun, Prosedur Pembukaan Tabungan Dana Pensiun, Pengertian Manajemen dan Pemasaran, peranan manajemen dalam meningkatkan jumlah nasabah, serta islam dan sistem manajemen pemasaran

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan tentang hasil penelitian yang berhubungan dengan sistem manajemen pemasaran tabungan dana pensiun dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pariama, faktor pengahambat dan pendukung dari produk tabungan dana pensiun,dan tinjauan ekonomi syariah tentang manajemen pemasaran tabungan dana pensiun dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pariaman.

BAB V : PENUTUP

Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran-saran. Bab ini menyimpulkan apa yang telah disajikan dalam bab-bab sebelumnya dan mencoba memberi saran yang dapat menjadi masukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN