

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Akibat tekanan ekonomi global yang tidak menentu membuat keadaan perekonomian nasional juga turut melemah. Kondisi yang justru berkebalikan dengan perekonomian syariah di Indonesia. Perkembangan ekonomi syariah baik di bidang pemikiran maupun dalam praktik bisnis dan keuangan syariah sangat mengembirakan dalam dua dekade ini. Hal itulah salah satu yang menginisiasi semakin berkembangnya lembaga-lembaga keuangan mikro syariah.

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan. Kegiatan usaha lembaga keuangan dapat berupa menghimpun dana dengan menawarkan berbagai skema, menyalurkan dana sekaligus, dimana kegiatan usaha lembaga keuangan diperuntukkan bagi investasi perusahaan, kegiatan konsumsi, dan kegiatan distribusi barang dan jasa.¹

Secara umum didalam ekonomi syariah ada dua jenis akad, yaitu *Tabarru* dan *Tijarah*. *Tabarru* adalah akad-akad yang digunakan untuk transaksi nonkomersial, bertujuan untuk kebaikan atau tolong menolong, dan tidak diperkenankan mengambil keuntungan atas transaksi yang terjadi. Sedangkan Akad *Tijarah* adalah akad-akad yang digunakan untuk transaksi komersial atau bisnis. Karenanya didalam akad *Tijarah* para pihak yang bertransaksi dapat menyepakati adanya pengambilan keuntungan, seperti *murabahah*, *Salam*, *mudharabah*, dan lain sebagainya.²

¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta : Kencana, 2009), h. 29.

²Yusak Laksmana, *Account Officer Bank Syariah*, (Jakarta : PT.Elex Media Komputindo, 2009), h. 9.

Prinsip Syariah dalam kegiatan usaha Bank Syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah.³

Bank perlu memperoleh sumber dana yang cukup untuk mendukung aktivitas operasional bank dalam penyaluran dana. Sumber dana bank merupakan dana yang dimiliki oleh bank, baik yang berasal dari dana sendiri, pinjaman, dan pihak ketiga. Menurut Kuncoro dan Suharjono, *dana bank adalah semua utang dan modal yang tercatat pada neraca bank sisi pasiva yang dapat digunakan sebagai modal operasional bank dalam rangka kegiatan penyaluran penempatan dana Funding.*⁴

Salah satu lembaga perekonomian syariah adalah Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah yang berdiri sejak tahun 1999, yang merupakan hikmah dari krisis yang menerpa negeri ini pada tahun 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional, telah menimbulkan dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan di Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah Indonesia akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan *merjer* sebagian bank-bank di Indonesia.⁵

Di Bank Syariah Mandiri ini, penghimpunan dana pihak ketiga dari masyarakat berbentuk simpanan dan selanjutnya di salurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Untuk meningkatkan dana pihak ketiga yang dilakukan pada pihak *marketingfunding* baik dengan strategi pihak marketing menunggu nasabah yang datang sendiri ke bank maupun pihak

³Malayu S.P.Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: 2005), h. 39-40.

⁴Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 39.

⁵www.SyariahMandiri.ac.id, diakses pada tanggal 5 Desember 2013

marketing turun ke lapangan langsung mencari nasabah di lapangan masyarakat dalam tujuan untuk meningkatkan jumlah dana pihak ketiga ke bank.⁶

Dalam strategi penghimpunan dana *funding* tentunya pihak marketing telah diberikan arahan sebelum menjalankan aktifitas baik didalam kantor maupun dalam menjalankan tugasnya diluar kantor. Dalam menjalankan tugasnya melayani nasabah baik nasabah yang datang sendiri ke bank maupun nasabah yang didapatkan dilapangan, pihak marketing menjelaskan produk-produk yang ditawarkan oleh pihak bank.⁷

Perkembangan dana pihak ketiga pada Bank Syariah Mandiri sangat signifikan dan mengalami peningkatan sebagaimana berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Mandiri

No	Jenis Produk	Tahun	
		2012	2013
1	Giro Wadiah	6.387.502.697.541	7.362.822.871.941
2	Tabungan Wadiah	901.347.921.061	1.607.829.438.489

Sumber : Laporan Keuangan Bank Syariah Mandiri Tanggal 31 Desember 2014

Namun pada kenyataan praktik di lapangan, strategi yang dilakukan oleh *marketing funding* masih perlu diadakan pengawasan dan evaluasi, karena selama penulis mengikuti program magang pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam di bagian marketing ada strategi yang di inyisalir bertentangan dengan pemasaran syariah. Sebagai salah satu kejanggalan yang penulis temukan antara lain : *marketing funding* tidak memulai awal percakapan dengan calon nasabah dengan ucapan salam melainkan dengan kalimat pembuka yang lain, dan pernah juga ketika *marketing funding* berhasil memberikan

⁶Hendra, *Marketing Funding Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam* ,Wawancara, Pekanbaru,20 Juli 2014

⁷*Ibid*

penjelasan yang baik kepada calon nasabah tentang suatu produk, kemudian calon nasabah tersebut datang ke bank syariah dan menanyakan produk tersebut kepada *customer service*, terdapat perbedaan penjelasan yang didapat dari *marketing funding*, dan akhirnya calon nasabah tersebut tidak jadi menikmati pelayanan jasa keuangan pada bank tersebut, jika ini dibiarkan maka akan berdampak negatif terhadap perkembangan perbankan syariah kedepannya, dan Bank Syariah Mandiri secara khusus.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas, penulis tertarik ingin meneliti permasalahan tersebut dalam sebuah penelitian dengan judul **“Strategi Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam Ditinjau Menurut Pemasaran Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya maka peneliti membatasi masalah nasabah yang begitu banyak dalam periode 1 tahun 2.400 orang menjadi 80 orang karena populasinya begitu banyak maka penulis menggunakan teknik *accidental sampling* dalam kurun waktu 1 bulan menjadi 40 orang dari (50%) yang beralamat di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga ?
2. Bagaimana Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam Dalam Menghimpun Dana Dari Pihak Ketiga, Ditinjau Menurut Pemasaran Syariah ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga.
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga.
- c. Untuk mengetahui bagaimana strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga menurut perspektif Pemasaran Syariah.

2. Manfaat penelitian

- a. Bagi penulis, sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy) di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan sebagai input atau kontribusi bagimanajemen Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru.
- c. Bagi akademisi, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya *khazanah*, sumbangan pemikiran dan informasi.
- d. Bagi masyarakat dapat menambah pengetahuan mengenai perbankansyariah sehingga dapat menggunakan jasad produk-produk banksyariah dan juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) mengambil lokasi di PT. Bank Syariah Mandiri (PT. BSM) Kantor Cabang Pembantu Panam, alasan peneliti mengambil lokasi tersebut karena peneliti sudah pernah magang di Bank tersebut, dan menemukan kejanggalan yang dilakukan oleh *marketing funding* bertentangan dengan pemasaran syariah.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam. Sedangkan objek dalam penelitian ini yaitu strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik (ciri) tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam berjumlah 31 orang dan nasabah berjumlah 80 orang (jumlah calon nasabah yang bergabung dalam kurun waktu 1 bulan)

b. Sampel

⁸Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada,2008), h. 163.

Sampel adalah bagian dari populasi yang di ambil melalui cara-cara tertentu yang juga mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap serta di anggap dapat mewakili populasi.⁹ Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan yang mempunyai kegiatan marketing di yaitu Tika Adelina dan Hendra selaku *marketing funding*. Sedangkan karena nasabah yang bergabung ini banyak, maka penulis mengambil sample 40 orang (50% dari populasi) yang dipilih dengan menggunakan *Accidental Sampling*.

4. Sumber Data

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis mengklarifikasikan sumber data dalam 2 jenis, yaitu :

- a. Data Primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari observasi dan wawancara dengan karyawan dan nasabah yang bergabung dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam.
- b. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh dari literatur kepustakaan seperti buku serta sumber lainnya yang berkaitan dengan judul penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui cara dan tahapan berikut :

- a. Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran secara nyata tentang kegiatan yang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab, yang dikerjakan secara sistematis, berdasarkan tujuan penelitian. Umumnya dua

⁹*Ibid*

orang atau lebih hadir secara fisik. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara yang disusun secara terperinci yang langsung diajukan kepada *marketing funding* yaitu Bpk.Hendra.

c. Angket

Yaitu dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada nasabah yang bergabung dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam., kemudian responden diminta mengisi salah satu jawaban yang telah disediakan sesuai dengan pendapatnya.

d. Studi Dokumentasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam melakukan penelitian, yaitu mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa buku, literatur-literatur atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

6. Analisis Data

Setelah data diperoleh, maka data tersebut selanjutnya diolah kemudian dilakukan analisis. Analisis data ini penting artinya karena dari analisis ini, data yang diperoleh dapat memberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *deskriptif komparatif* dengan mendeskripsikan keadaan objek penelitian yang sesungguhnya untuk mengetahui dan menganalisis tentang permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian kemudian dibandingkan dengan standar yang ada pada saat itu untuk selanjutnya dideskripsikan dan kemudian dibandingkan.

Maka dalam penelitian ini penulis akan menganalisa bagaimana strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga dan kemudian bagaimana strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga dibandingkan dengan Pemasaran Syariah.

7. Metode Penulisan

Adapun metode penulisan yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah dengan menggunakan metode, yaitu :

- a. Induktif, penulis menggunakan fakta yang bersifat khusus dan diambil kesimpulan yang bersifat umum
- b. Deduktif, penulis menggunakan kaedah atau pendapat bersifat umum dan diambil kesimpulan secara khusus
- c. Deskriptif, penulis menggunakan metode dengan data yang diperlukan dalam penelitian.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan pengertian dalam penulisan, maka penulis membuat sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Padabab ini akan dikemukakan tentang latar belakang, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat berdirinya PT. Bank Syariah Mandiri, Visi dan Misi, Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Panam dan Produk Bank Syariah Mandiri Pembantu Panam.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Padababini menjelaskan pengertian dan teori yang mendasari dan berkaitan dengan pembahasan dalam skripsi ini, yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah, antara lain : Bentuk-bentuk strategi, macam-macam dana pihak ketiga, konsep-konsep pemasaran syariah, nilai-nilai pemasaran syariah.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Padababini akan membahas mengenai hasil penelitian dan observasi yang mengenai : (1) bagaimana strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam dalam menghimpun dana dari pihak ketiga, (2) Bagaimana Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Panam Dalam Menghimpun Dana Dari Pihak Ketiga, Ditinjau Menurut Pemasaran Syariah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran