

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia perbankan di Indonesia pun ikut berkembang. Dengan munculnya banyak lembaga keuangan di tengah masyarakat, maka lembaga keuangan harus mampu meningkatkan kinerjanya. Salah satu lembaga keuangan adalah Bank. Bank merupakan lembaga keuangan yang tugasnya menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat kepada masyarakat, Bank juga memberikan jasa keuangan, pembayaran serta memberikan jasa lainnya. Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (Undang-Undang No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah).

Bank syariah berbeda dengan bank konvensional secara operasional. Salah satunya adalah bank syariah tidak menerima dan memberikan bunga kepada nasabah sesuai dengan prinsip syariah. Konsep Dasar Bank syariah didasarkan oleh Al-Quran dan Hadist. Sehingga produk dan jasa perbankan Syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah. Menurut Undang- Undang No 21 Pasal 1 Ayat 12 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah, Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Setiap perbankan baik konvensional maupun syariah pasti memiliki produk tabungan, sehingga ini yang menyebabkan ketatnya persaingan di dunia perbankan syariah dan berdampak pada pendapatan atau omset bank itu sendiri. Untuk itu bank syariah khususnya Bank Muamalat KCP Sumber harus mampu melakukan adaptasi terhadap kondisi pasar yang berubah-ubah. Sehingga memenuhi harapan nasabah dan membuat mereka merasa puas dengan penggunaan produk di bank. Bank Muamalat sendiri merupakan bank syariah pertama yang berdiri sejak 1 November 1991

Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah dan beroperasi pada 1 November 1992 (Bank Muamalat, 2016). Bank Muamalat memiliki banyak produk yang ditawarkan, salah satunya adalah produk tabungan. Yang dimaksud Tabungan adalah Simpanan Berdasarkan akad Wadiah atau investasi yang berdasarkan akad Mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan yang telah disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau dengan alat lainnya (Undang-Undang Republik Indonesia No.21, 2008). Kriteria yang dimiliki oleh tabungan *Wadiah* dapat terlihat dari sisi dana, intensif, dan pengembalian dana dan waktu penarikan (Pramana, 2013). Sedangkan tabungan dengan akad *Mudharabah* menurut (Muhammad, 2016) adalah suatu kesepakatan antara dua pihak yaitu pihak pertama (*Sahibul Mal*) mempersiapkan dan memberikan dana, dan pihak kedua (*Mudhrib*) bertanggung jawab atas pengelolaan tersebut. Hal tersebut membuat masyarakat lebih tertarik pada tabungan yang berprinsip Wadiah. Bank Muamalat memiliki strategi pemasaran pada setiap produk-produk yang ditawarkan agar masyarakat tertarik dengan produk tersebut. Bank Muamalat juga perlu memperhatikan beberapa alasan nasabah tertarik dan memilih tabungan dengan akad wadiah. Adanya strategi memudahkan perencanaan pelaksanaan dan memudahkan mencapai tujuan. menurut (Budio, 2019) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

Pemasaran menurut (Mahliza et al., 2020) adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya. Menurut (Assauri S., 2016) strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang merupakan suatu kelompok yang ingin dicapai oleh perusahaan atau usaha dan menciptakan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar tersebut. Karena itu Strategi Pemasaran produk perbankan syariah sangatlah penting dan menjadi kunci untuk

mengembangkan Produk Bank Muamalat. Bank juga harus mengetahui lingkungan pemasaran yang akan dijalankan. Setelah mengetahui lingkungan pemasaran maka akan mudah bagi bank menjalankan tujuannya. maka dari itu dalam menentukan suatu strategi dilakukan dengan cara bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi atau layout dan strategi promosi (Assauri S. , 2016).

Strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat KCP Sumber adalah dengan menggunakan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 4P, yaitu strategi produk seperti mengenalkan keunggulan dari produk tabungan wadiah dibandingkan produk lain, strategi harga dengan mengenalkan produk tabungan wadiah yang bebas biaya admin perbulannya, strategi lokasi yaitu lokasi Bank Muamalat KCP Sumber yang strategis karena dekat dengan beberapa sekolah dan beberapa usaha UMKM dan strategi promosi yang dilakukan Bank muamalat sosialisasi, dan penjualan pribadi.

Tabel 1.1
Pertumbuhan jumlah nasabah produk tabungan wadiah pada Bank Muamalat KCP Sumber periode 31 Desember 2018 s/d 31 Desember 2022

| Tahun | Jumlah Nasabah keseluruhan Tabungan wadiah | Persentase kenaikan dan penurunan |
|--------------|---|--|
| 2018 | 3.050 | - |
| 2019 | 4.300 | 40% |
| 2020 | 5.100 | 18% |
| 2021 | 6.200 | 24% |
| 2022 | 10.100 | 63% |

Sumber : Bank Muamalat KCP Sumber, pada 29 September 2023.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat terlihat bahwa jumlah nasabah pada Bank Muamalat KCP Sumber dalam 5 tahun terakhir terjadi fluktuasi dan memiliki jumlah nasabah sebanyak 10.100, pada tahun 2020 mengalami penurunan jumlah nasabah baru sebanyak 22%, kemudian di tahun 2022 mengalami kenaikan jumlah nasabah baru secara signifikan sebanyak 63%.

Dari sekian banyaknya tabungan yang ada di Bank Muamalat maka pada Bank Muamalat KCP Sumber memiliki produk unggulan yaitu Tabungan Wadi'ah, keunggulan ini dibuktikan dengan banyak jumlahnya nasabah pada produk tersebut. Nasabah juga akan merasa tertarik dengan produk ditawarkan jika strategi marketing berjalan dengan baik. kebutuhannya terpenuhi jika jasa yang diberikan sesuai dengan kebutuhannya, maka nasabah akan memberikan kepercayaan kepada perusahaan dan mempermudah bagi perusahaan untuk mengajak calon nasabah lainnya dengan cepat.

Perkembangan jumlah nasabah tabungan wadiah pada Bank Muamalat KCP Sumber periode 2018-2022 tidak stabil. Penyebab tidak stabil adanya faktor yang disebabkan adanya pandemi covid 19 pada awal 2020 yang mempengaruhi pada aktivitas dan pelayanan perbankan itu sendiri, seperti terbatasnya interaksi antara nasabah yang ingin menabung dalam jumlah uang yang banyak dan juga membatasi nasabah yang ingin membuka rekening di Bank Muamalat. Faktor lain juga disebabkan adanya persaingan ketat yang ditandai dengan banyak berdirinya bank syariah yang memiliki produk tabungan wadiah yang serupa dengan sistem pemasaan produk yang beragam. Fenomena banyaknya bank syariah yang berdiri merupakan sebuah peluang untuk berlomba-lomba menentukan strategi pemasaran yang tepat supaya masyarakat tertarik dalam merencanakan tabungan yang aman untuk jangka panjang dengan cara membuka rekening tabungan wadiah sejak dini. Menentukan strategi pemasaran yang tepat menjadi upaya yang dilakukan bank dalam menarik minat nasabah.

Pemasaran berupa kegiatan yang terdiri atas perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk yang dapat memberikan kepuasan sesuai keinginan serta untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal utama agar tercapai tujuan perusahaan terletak dari menentukan adanya kebutuhan, keinginan pasar, serta memberi kepuasan yang melebihi pesaingnya (Minggir Rahma Nuraini, 2023).

Keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produk tidak terlepas adanya perencanaan strategi pemasaran. Menurut kasmir dalam Pemasaran bank adalah aktivitas dalam menghasilkan dan menukarkan produk bank untuk mencukupi kebutuhan dan keinginan dengan memberi kepuasan nasabah. Apabila suatu usaha memiliki strategi pemasaran yang tepat tentunya usaha akan mudah berkembang. Strategi pemasaran yang digunakan Bank Muamalat KCP Sumber dalam memasarkan produk tabungan wadiah melalui pengimpementasikan pada strategi bauran pemasaran 4P yang terdiri (*Product, Price, Process, Promotion*).

Strategi pemasaran memiliki peran penting terhadap keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini, bauran pemasaran memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat nasabah terhadap pembelian konsumen (Minggir Rahma Nuraini, 2023). Fenomena yang terjadi sesudah pandemic covid-19 di tahun 2022 menunjukkan adanya peningkatan minat nasabah secara signifikan terhadap produk tabungan wadiah di Bank Muamalat KCP Sumber.

Berdasarkan data yang diperoleh setelah melakukan observasi, terdapat peningkatan jumlah nasabah tabungan wadiah setiap tahunnya sehingga peneliti ingin meneliti bagaimana Bank Muamalat KCP Sumber dalam memasarkan produknya. Keberhasilan bank dalam meningkatkan jumlah nasabah dalam meningkatkan jumlah nasabah dimasa setelah pandemic covid-19 dan tabungan wadiah lebih diminati disbanding tabungan yang lain, sehingga persaingan ekonomi diduga penerapan strategi bauran pemasaran yang efektif sehingga menjadikan hal ini perlu dikaji lebih dalam lagi dengan demikian, peneliti mengambil judul **“Efektivitas Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Wadiah Di Bank Muamalat KCP Sumber”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

- a. Banyaknya pesaing produk tabungan di Indonesia
- b. Bank menghadapi pasca pandem Covid 19

- c. Banyak nasabah yang tertarik dan memilih tabungan dengan akad Wadi'ah dibanding tabungan dengan akad lain .

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari penyimpangan atau pelebaran pokok masalah perlu kiranya peneliti atau penulis batasi kajian permasalahan tersebut agar lebih terarah dan mudah dalam pembahasan terhadap tujuan penelitian. Maka skripsi ini membataskan ruang lingkup penelitian kepada efektivitas Strategi Pemasaran yang diterapkan pada tabungan wadiah sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah di Bank Muamalat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dibuatlah rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan wadiah di Bank Muamalat KCP Sumber?
- b. Bagaimana efektivitas strategi pemasaran pada Bank Muamalat KCP Sumber dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Wadiah ?
- c. Bagaimana prioritas kendala dan solusi dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan wadiah pada Bank Muamalat KCP Sumber?

E. Tujuan dan kegunaan Penelitian

a) Tujuan

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, adapun tujuan dari penelitian ini secara umum adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis bagaimana strategi pada produk tabungan wadiah di Bank Muamalat KCP Sumber dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan wadiah
- b. Untuk menganalisis Efektivitas Strategi Pemasaran pada Bank Muamalat KCP Sumber dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Wadiah.
- c. Untuk mengetahui prioritas kendala dan solusi dalam meningkatkan jumlah nasabah Produk Tabungan Wadiah pada Bank Muamalat KCP Sumber

b) Kegunaan

Kegunaan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dalam lembaga keuangan khususnya di Bank Muamalat KCP Sumber dan sebagai bekal agar dapat menerapkan ilmu yang tepat antara keadaan teori dengan keadaan lapangan sesungguhnya

b. Bagi Bank Syariah Indonesia

Penulisan tugas Akhir ini dapat memberikan masukan pemikiran dalam mengembangkan kegiatan Bank Muamalat dimasa yang akan datang

c. Bagi IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Penulisan tugas akhir ini dapat dijadikan tambahan referensi

F. Literatur Review/Kajian Pustaka

1. Penelitian yang dilakukan Muhammad Alam Nasyrhan Hanafi tahun 2019, Universitas Muslim Maros, dengan judul “Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Nasabah Pada PT BPR Hasmitra Makassar”. Jenis penelitian deskriptif dan regresi linear berganda, uji F, uji T, dan determinasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas strategi pemasaran yaitu *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*. Persamaan penelitian yang saya lakukan adalah fokus pada strategi pemasaran di Bank Syariah, terdapat perbedaan dalam lokasi pelaksanaan penelitian dan peneliti, metode analisis yang dipakai.
2. Penelitian yang dilakukan Asraful Islam, Abdullah Al Mamun, Mijanur Rahman Molla Tahun 2021, Jurnal Internasional. Dengan judul Menganalisis Penggunaan Event Marketing Strategi Sebagai Strategi Experiential Marketing Bank (studi pada bank umum terbatas) Penelitian ini bersifat eksploratif dan deskriptif. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dikatakan bahwa event marketing yang membuat bank lebih menguntungkan daripada strategi periklanan .

3. Penelitian yang dilakukan Dedi Purnomo, Yusuf Ronny Edward, Syarifuddin, Sofiyah Tahun 2019 , Jurnal Internasional, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia. Dengan judul “Pengaruh Strategi Komunikasi Pemasaran Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderasi Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk Khususnya Pada Unit Kerja Kcp Diski Tahun 2019” Penelitian ini dilakukann dengan tujuan pengaruhnya. Persamaan peneliti dengan peneliitan yang penulis lakukan ialah sama sama meneliti Strategi Pemasaran Tabungan Bank. Hasil Peneliti menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran berpengaruh positif sehingga produk Bank BRI berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.
4. Penelitian yang dilakukan Inong Maslaini Program Studi Diploma III Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatra Utara. Dengan Judul “Strategi Pemasaran Yang Efektif Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Simpel Ib Pada Bank Sumut Kcp Syariah H.M. Joni Medan”. Penelitian ini bersifat deskriptif, dengan mengumpulkan data menggunakan obsevasi dan wawancara sehingga data yang dikumpulkan menjadi gambaran yang jelas dan terarah tentang masalah yang diteliti. Persamaan peneliti dengan pelelitan penulis adalah meneliti mengenai Strategi Pemasaran bank syariah. Sedangkan perbedaan tempat pelaksanaan penelitian. Hasil penelitian Inong Mislaini yaitu Strategi yang diterapkan pada Bank Sumut KCP Syariah H.M Joni Medan adalah dengan promosi, baik langsung maupun tidak langsung (Strategi Jemput bola).
5. Penelitian yang dilakukan oleh Lola Pitaloka (3314.080) Program studi Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institit Agama slam Negeri Bukittinggi Tahun 2018, Dengan Judul “Strategi Peningkatan Jumlah Nasabah Tabungan BSM Pada Bank Syariah Mandiri KC Pariaman” Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) atau penelitian kualitatif. Dengan

menggunakan analisa deskriptif. Persamaan penelitian peneliti dan penulis adalah meneliti mengenai Strategi pemasaran pada Bank Syariah, namun perbedaannya adalah Tempat Pelaksanaan penelitian dan pada saudari Lola menganalisis SWOT dalam upaya meningkatkan jumlah nasabah pada bank tersebut . Hasil penelitian yang dilakukan saudari Lola Pitaloka menunjukkan bahwa strategi peningkatan jumlah nasabah tabungan BSM melalui, 1) memperkenalkan keunggulan dari produk tabungan BSM, 2) menambah variasi-variasi pada produk, 3) memperkuat image dimata masyarakat dalam etika pelayanan nasabah (Pitaloka, 2018)

6. Penelitian yang dilakukan Muhammad Fajrinnida, Program Studi Perbankan Syariah S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus Tahun 2022 . Dengan Judul “Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadiah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus Ahmad Yani 2” Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan atau penelitian kualitatif. Hasil dari penelitan saudari Muhammad Fajrinnida Strategi yang telah diterapkan oleh BSI untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah STP (Segmentasi, Targeting, Positioning). Dalam mewujudkan efektifitasnya BSI KC Kudus Ahmad Yani 2 menggunakan Strategi Campuran pemasaran (Marketing Mix) yaitu Product, Price, Price, Promotion (4P) yang dilakukan dalam proses strategi penghimpunan dana pada produk wadiah produk tabungan wadiah.
7. Penelitian yang diakukan Aworemi, Joshua Remi, PhD, Odeyemi, Joshua Taiwo, Oyedokun, Jonathan Akintunde Fakultas Ilmu Manajemen Universitas Teknologi Lakode Akintola Ogbomosho, Nigeria Tahun 2022. Dengan judul “Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Terhadap Kinerja United Bank of Africa, Plc di South-Western Nigeria” Jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan dua metode yaitu deskriptif dan inferensial . persamaan penelitian peneliti dengan penulis adalah meneliti mengenai Strategi Pemasaran Produk namun perbedaannya adalah Tempat Pelaksanaan

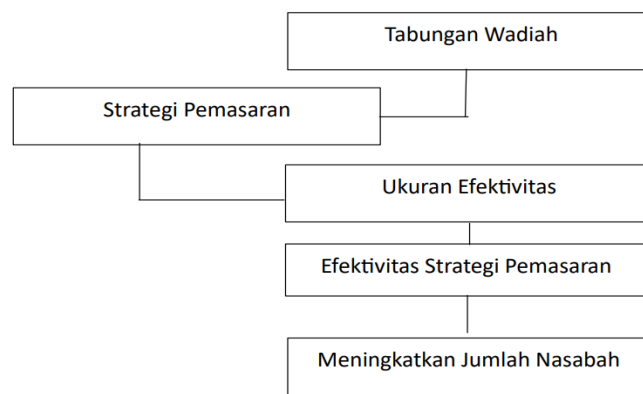
penelitian , Hasil dari penelitian tersebut adalah Strategi Pemasaran yang di pakai UBA adalah *Borderless banking* atau pembiayaan tanpa batas, dengan *Borderless banking* dapat menjangkau nasabah Jenis akun multi-mata uang virtual ini memungkinkan untuk menyimpan lebih dari 40 mata uang dan mengirim atau menerima uang di dalam dan luar negeri tanpa mengganggu nilai tukar.

8. Penelitian yang dilakukan Xuehong Zhao , sekolah managemen Harbin FinanceUnversity harbin, China. Jurnal Internasional tahun 2018 . dengan judul “Penelitian tentang Strategi Pemasaran yang Tepat Bank Komersial dengan Latar Belakang Keuangan Internet” Persamaan penelitian peneliti dengan penulis adlah meneliti Strategi Pemasaran . Penelitian ini meneliti Strategi pemasaran yang tepat pada bank konvensional yang mengutamakan 4P dengan latar belakang keuangan keungan internet, sehingga menghasilkan keuangan internet dengan bantuan teknologi big dan mining memungkinkan bagi bank umum untuk melakukan pemasaran yang akurat .
9. Penilitian yang dilakukan Dwi Rahmawati Ramadan, Program Studi Ekonomi Syariah S1 Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi dengan judul “Analisis Keputusan Nasabah dalam Pemilihan Produk Tabungan BSI Easy Wadiah dan BSI Easy Mudharabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KCP Cilacap Diponegoro)” Penilitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif . penelitian peneliti ini meneliti tentang keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan di BSI . Hasil dari penelitian saudari Dwi Rahmawati adalah Nasabah lebih tertarik dan memilih tabungan wadiah karena tidak adanya biaya admnistrasi setiap bulannya .
10. Penelitian yang dilakukan oleh Marcellino Sandy Mikhael Korengkeng, Willem J. F. A Tumbuan, dan Raymond Ch. Kwet. Jurusan Manajemen, Fakuktas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, Tahun 2022 dengan judul “ The Analysis Of Service Marketing Strategy Of Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kartika Matuari For Boosting Clients’ Number”. Jenis penelitian yang

diterapkan adalah analisis kualitatif yang bersifat deskriptif. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi strategi pemasaran jasa Bank Perkreditan Rakyat Kartika Mutuari. Persamaan antara peneliti dan penulis adalah keduanya melakukan penelitian tentang efektivitas strategi pemasaran pada Bank Syariah. Hasil dari penelitian tersebut adalah Strategi pemasaran yang dilakukan adalah strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah nasabah.

11. Penelitian yang dilakukan Barbara Gunawan dan Ariska Widya Andiyanti (2021) dengan judul “Analisis Produk Tabungan Simpeda Wadiah Studi kasus pada Bank BPD DIY Cabang Syariah” jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif dan mendapatkan hasil bahwa akad Wadiah yang digunakan dalam bank tersebut menggunakan akad yad dhamanah dengan mempunyai konsep menggunakan produk tabungan SIMPEDA Wadiah dan nasabah bisa mengambil dana sewaktu-waktu saat diperlukan (Barbara Gunawan, 2021). Persamaan peneliti dengan penelitian tersebut yaitu mengenai penerapan wadiah dalam perbankan dan menggunakan jenis penelitian kualitatif, namun perbedaannya penelitian terdapat pada objek penelitiannya.

G. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Untuk memberikan pemahaman yang jelas dai penelitian ini, perlu dijelaskan beberapa definisi operasional sebagai berikut:

1. Strategi

Kata Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “Strategas” yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral dalam membuat rencana untuk memenangkan perang (Supratikno, 2003). Strategi adalah rencana aksi yang terperinci untuk mencapai tujuan tertentu dalam jangka pendek dan jangka panjang. Suatu Strategi mencerminkan kesadaran dimana persahaan tentang bagaimana, kapan, dan simana perusahaan tersebut akan melawan siapa dalam kompetisi tersebut (John A. Pearce II, 2014) Yang dimaksud penelitian ini yaitu strategi yang mengatur pola aktivitas agar target bank dapat ditetapkan Bank Muamalat KCP Sumber dapat memasarkan tabungan Wadiah .

2. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu kegiatan ekonomi yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi dimana nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa . Definisi pemasaran ini berdasarkan pada konsepinti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*) (Nurul Huda, 2017) . Menurut Kolter, yang dikutip oleh Herry Sutanto dan Khaerul Umam menjelaskan sebagai sebuah proses social dan manajerial, yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk dengan pihak lainnya (Umam, 2013)

3. Efektif

Efektif adalah usaha untuk mencapai suatu tujuan dan hasil yang diharapkan tujuan sesuai atau tepat waktu. Efektifitas merupakan pemanfaatan sumber daya , sarana prasarana dalam jumlah tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan produk barang atas jasa kegiatan yang dijalankan. Efektivitas yang dimaksud penelitian ini yaitu menunjukkan apakah Bank Muamalat KCP Sumber

berhasil mencapai atau tidaknya target yang ditetapkan dalam pemasaran produk tabungan Wadiah. Jika hasil kegiatan pemasaran semakin mendekati sasaran, berarti semakin tinggi efektivitasnya.

4. Tabungan Wadiah

Tabungan Wadi'ah dijelaskan oleh Wiroso dalam bukunya penghimpunan dana dan distribusi hasil usaha bank syariah yaitu “titipan pihak ketiga kepada bank syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati dengan kwitansi, kartu ATM, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan”. Tabungan Wadi'ah yang dimaksud penelitian ini adalah tabungan Wadiah yang tercatat pada Bank Muamalat KCP

Sumber

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian untuk menggambarkan fakta saat ini dari suatu kelompok yang berkaitan dengan pendapat kejadian/prosedur secara sistematis dan akurat. Jenis data yang digunakan penulis untuk menyusun laporan ini ada 2 yaitu :

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian dengan menggunakan alat pengukur/alat pengambil langsung, data primer dapat berupa data observasi. Data ini meliputi data wawancara secara langsung yang diajukan oleh peneliti kepada pihak bank.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada (perpustakaan, buku ilmiah dan internet) yang pada umumnya berupa bukti catatan historis yang telah tersusun sebagai data pendukung yang akan penulis gunakan untuk menyusun laporan ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penulis dalam pengumpulan data agar data yang didapat relevan dengan objek yang diteliti :

a. Pengamatan (Observasi)

Suatu metode dengan mengamati dan melakukan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak objek penelitian. Penulis melakukan Observasi ke lokasi yang bersangkutan untuk mengamati praktik yang terjadi pada objek penelitian mencari kesesuaian antara keterangan penulis dengan praktik kegiatan sesungguhnya.

b. Kepustakaan (*Literatur*)

Suatu metode pengumpulan data dengan mencari data pada buku-buku atau jurnal yang berkaitan dengan objek permasalahan penelitian.

c. Wawancara

Wawancara merupakan adanya pertemuan dua orang atau lebih guna mendapatkan informasi serta ide melalui konsep tanya jawab, Metode ini digunakan penulis untuk mengumpulkan data informasi dengan mengajukan pertanyaan yang diajukan kepada beberapa informan.

Adapun yang menjadi sumber data pada penelitian ini sebanyak 6 orang yakni Branch Manajer Bank Muamalat KCP Sumber yang merupakan pimpinan cabang dan menanggapi masalah yang terdapat dalam pemasaran produk tabungan wadiah, Costumer Service Bank Muamalat KCP Sumber yang melayani nasabah atau calon nasabah tabungan wadiah secara langsung, dan 4 orang nasabah tabungan wadiah sebagai pengguna tabungan wadiah. Dengan metode wawancara penulis bisa menggali informasi dengan lebih mendalam dan berkualitas dengan mengembangkan pertanyaan yang sesuai dengan situasi terbaru.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Metode dokumentasi adalah salah satu metode untuk mencari data mengenai catatan, buku, surat, notula ataupun brosur. Metode ini digunakan oleh peneliti untuk menambah data yang diperoleh dari catatan dokumentasi Bank Muamalat KCP Sumber.

3. Teknik analisa Data

Penulis menggunakan analisa data deskriptif kualitatif, dimana dalam menganalisa data menggunakan penelitian terlebih dahulu, disusun dikelompokkan berdasarkan teori agar diperoleh laporan yang baik.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Bank Muamalat KCP Sumber.

I. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjabaran secara menyeluruh meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua ini berisikan landasan teori terkait dengan pengertian strategi dan efektifitas dan mengenai tabungan wadiah serta penghimpunan dana berdasarkan prinsip wadiah.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai gambaran umum dan objek penelitian, profil lembaga, divisi atau bidang, produk Bank Muamalat, sumber data dari informan dan pengumpulan data dengan melakukan wawancara.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat mengenai hasil penelitian dan pembahasan bagaimana strategi dan efektivitas produk tabungan wadiah di Bank Muamalat KCP Sumber dalam meningkatkan jumlah nasabah tersebut. serta bagaimana kendala dan solusi Bank Muamalat dalam meningkatkan jumlah nasabah tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran-saran yang diharapkan dapat membantu memecahkan masalah tentang skripsi penulis yang berjudul Efektivitas Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Wadiah pada Bank Muamalat KCP Sumber.

