**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

 Lembaga Keuangan dimaksudkan sebagai perantara pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus*) dengan pihak-pihak yang kekurangan dan memerlukan dana (*defisit*). Lembaga Keuangan berarti semua badan yang kegiatannya di bidang keuangan melakukan penghimpunan dana dan penyaluran dana ke masyarakat.[[1]](#footnote-2)

Di Indonesia terdapat Bank Umum dan Bank Umum Syariah yang secara bersama-sama sistem perbankannya dengan sinergis mendukung mobilisasi dana masyarakat secara luas untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan bagi sektor-sektor perekonomian nasional.[[2]](#footnote-3)

Karakteristik sistem Perbankan Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem Perbankan yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan Bank. Perbankan Syariah menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi serta menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan dengan menyediakan beragam produk serta layanan jasa Perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariatif, Perbankan Syariah menjadi alternatif sistem Perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali.[[3]](#footnote-4)

Bank Umum Syariah sendiri merupakan lembaga yang fungsi utamanya menghimpun dana untuk disalurkan kepada orang atau lembaga yang membutuhkan dengan menggunakan prinsip Syariah, yang dimana prinsip syariah merupakan aturan dan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lainnya. Bank Syariah beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga. Untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip dengan penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan *(ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank kepada pihak lain (*ijarah muntahia bit-tamlik*).[[4]](#footnote-5)

Kurangnya masyarakat dalam memahami Perbankan Syariah membuat masyarakat belum bisa memahaminya berdasarkan prinsip-prinsip syari’ah dengan menganggap bahwa Bank Syari’ah dalam pengoperasiannya sama seperti Bank Konvensional dengan memakai bunga atau riba. Sehingga Bank Syariah kurang diminati oleh masyarakat umum khususnya di pedesaan. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penghimpunan dana kepada masyarakat golongan ekonomi menengah ke bawah. Padahal pertumbuhan setiap Bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya dalam menghimpun dana masyarakat.[[5]](#footnote-6)

Bank Rakyat Indonesia merupakan Bank yang sangat pesat perkembangannya dalam menarik para nasabah melihat dari kepemilikan Bank yang dipegang oleh pemerintah, oleh karena itu pada masa sekarang Bank Rakyat Indonesia membuka layanan Perbankan yang berlandaskan Syariah dengan di bentuknya Bank Rakyat Indonesia Syariah. Bank Rakyat Indonesia Syariah dengan memegang kepercayaan dari masyarakat berusaha menjalankan kegiatan perbankan dengan berlandaskan syariah. Ini terlihat dari banyaknyaa nasabah yang menaruh dananya dengan berbagai produk yang ada di Bank Rakyat Indonesia Syariah. Produk penghimpunan dana yang banyak menarik minat nasabah salah satunya produk deposito *mudharabah mutlaqah*, mulai dari tahun 2010 sampai sekarang nasabah dalam produk ini semakin bertambah. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam menetapkan persentase bagi hasil selalu berubah setiap bulan sehingga pembagian bagi hasil melihat keadaan yang sedang terjadi tiap bulan.[[6]](#footnote-7)

Penghimpunan dana masyakat ini dikenalkan oleh salah satu Bank Syariah yakni Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang 16 Ilir Palembang, dalam penghimpunan dananya Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang 16 Ilir Palembang melakukan mobilisasi dan investasi tabungan dengan cara yang dijamin adil bagi semua pihak. Tujuan mobilisasi dana itu karena Islam secara tegas mengutuk penimbunan tabungan dan menuntut penggunaan sumber dana secara produktif dalam rangka mencapai tujuan sosial ekonomi Islam.[[7]](#footnote-8)

Dalam penghimpunan dana di Bank Rakyat Indonesia Syariah, yang diperhatikan bukan nama produknya akan tetapi prinsip Syariah yang dipergunakan. Di mana saat ini Bank Syariah menggunakan prinsip wadiah yang di aplikasikan pada tabungan *wadiah* dan giro *wadiah* serta prinsip *mudharabah* yang di aplikasikan pada tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah mutlaqah*. Deposito Syariah berarti simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara nasabah dan Bank dengan berprinsipkan Syariah dan mendapatkan bagi hasil.[[8]](#footnote-9)

Manfaat deposito syariah ini dapat dilihat dari kepentingan Bank dan juga dari kepentingan nasabah. Dari aspek Bank deposito menjadi sumber pendanaan Bank baik dalam rupiah maupun valuta asing dengan jangka waktu tertentu yang lebih lama dan fluktuasi dana yang relatif rendah. Sedangkan untuk nasabah deposito Syariah menjadi alternatif investasi yang memberikan keuntungan dalam bentuk bagi hasil.[[9]](#footnote-10)

Penghimpunan dana memiliki hubungan yang erat dan positif terhadap deposito *mudharabah mutlaqah* karena penghimpunan itu sendiri dijadikan sebagai penopang kegiatan Bank termasuk pada produk deposito *mudharabah mutlaqah*. Penghimpunan dana yang dilakukan dengan baik akan menunjukkan kemampuan Bank dalam beroperasi semakin bagus dan kemampuan untuk bisa melakukan perkembangan terhadap produk deposito semakin luas.[[10]](#footnote-11) Maka dari itu, lembaga perbankan harus menarik nasabah sebanyak-banyaknya dengan melakukan promosi dan memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap yang dibutuhkan nasabah.

Untuk meningkatkan nasabah perlu adanya sarana *marketing mix* pada variabel promosi, selain menjadi sarana paling ampuh dalam menarik dan mempertahankan nasabah, promosi juga menjadi alat berkomunikasi dengan nasabah. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai media cetak ataupun media elektronik.[[11]](#footnote-12)

Berdasarkan uraian diatas, penulis meneliti produk penghimpunan dana deposito *mudharabah mutlaqah* di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang dengan mengambil judul “**Strategi Promosi** **Dalam** **Penghimpunan Dana Produk Deposito Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang**”.

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Strategi Promosi Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang ?
2. Hambatan-Hambatan Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang ?
3. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui strategi promosi penghimpunan dana deposito mudharabah mutlaqah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam pelaksanaan strategi promosi penghimpunan dana deposito mudharabah mutlaqah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang.
3. **Kegunaan Penelitian**
4. **Bagi Peneliti**

Untuk penerapan pengetahuan dan memberikan informasi yang terkait dengan promosi penghimpunan dana deposito mudharabah mutlaqah yang telah diperoleh selama perkuliahan. Serta untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

1. **Bagi Bank**

Sebagai masukan bagi Bank Syariah agar dapat meningkatkan strategi promosi dalam penghimpunan dana produk deposito khususnya pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang.

1. **Bagi Pihak Lain**

Dapat dijadikan bahan informasi dan referensi dalam membuat karya ilmiah atau penelitian selanjutnya dan sebagai sumber informasi untuk pihak-pihak yang berkepentingan yakni masyarakat luas.

1. **Jenis dan Sumber Data**
2. Jenis data yang digunakan yaitu data kualitatif yang menghasilkan deskriptif berupa ucapan ataupun tulisan dari orang yang terlibat dalam objek dan kajian kepustakaan.[[12]](#footnote-13)
3. Sumber data yaitu data primer dan sekunder ialah :
4. Data primer adalah sumber data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari sumber utamanya, melalui wawancara kepada pihak internal Bank Rakyat Indonesia Syariah yaitu *staff Funding Officer* yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai strategi promosi penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah* untuk menarik nasabahbeserta hambatan dalam melakukan promosi penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah* di Bank Rakyat Indonesia Syariah.[[13]](#footnote-14)
5. Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data dan sifatnya sangat mendukung, diperoleh dari buku-buku dan bacaan-bacaan yang berkaitan mengenai strategi promosi penghimpunan dana deposito dan akad *mudharabah mutlaqah*.[[14]](#footnote-15)
6. **Teknik Pengumpulan Data**
7. Dokumentasi, yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data dan informasi berupa catatan tertulis atau gambar berupa buku-buku, hasil karya ilmiah, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan pembahasan penelitian.[[15]](#footnote-16)
8. Wawancara**,** yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pertemuan dua orang untuk mendapatkan informasi dan ide melalui tanya jawab secara langsung berhadapan dengan pihak *Funding Officer* yang menjelaskan mengenai strategi promosi penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah* dan hambatan dalam melakukan promosi penghimpunan dana produk deposito *mudharabah* *mutlaqah* di Bank Rakyat Indonesia Syariah.[[16]](#footnote-17)
9. **Teknik Analisa Data**

Dalam penelitian ini, teknik analisa yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang artinya metode analisis data yang dicari dan disusun secara sistematis dalam bentuk susunan kalimat yang dapat meningkatkan pemahaman peneliti dengan mengkaji, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya.[[17]](#footnote-18) Metode ini dimulai dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang, mencatat dan mengklasifikasikan objek yang diteliti, sehingga dapat diketahui strategi promosi penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah* untuk menarik nasabah serta hambatan dalam polaksanaan strategi promosi penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah* di Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang, sehingga diambilah penelitian ini.

**BAB II**

**LANDASAN TEORI**

1. **Pengertian, Tujuan, dan Sarana Promosi**
2. Pengertian Strategi Promosi

 Kegiatan-kegiatan pemasaran tampil dalam berbagai bentuk. Satu lukisan tradisional tentang kegiatan pemasaran adalah segi bauran pemasaran, yang telah didefinisikan sebagai perangkat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan pemasaran. Terdapat empat kelompok besar yang biasa disebut empat P yaitu : produk (*product),* harga (*price*), tempat (*place),* dan promosi *(promotion).[[18]](#footnote-19)*

 Salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting di dalam perusahaan ialah Promosi (*promotion*). Kegiatan promosi dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa yang dimiliki. Dan setiap bauran pemasaran memiliki strategi tertentu. Strategi merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu.[[19]](#footnote-20)

 Bauran promosi *(promotional mix)* adalah strategi yang paling baik yang direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.[[20]](#footnote-21) Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan, promosi adalah sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.[[21]](#footnote-22)

1. Tujuan Promosi

 Tujuan dari kegiatan promosi adalah memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, tentang manfaat, tentang keunggulan, tentang cara memperolehnya.[[22]](#footnote-23)

1. Sarana Promosi

Sarana yang dapat digunakan oleh Bank dalam mempromosikan produk atau jasanya ialah sebagai berikut :[[23]](#footnote-24)

1. Periklanan (*Advertising)*

Iklan merupakan sarana promosi yang digunakan oleh Bank guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon nasabahnya. Tujuannya untuk memberitahukan segala sesuatu yang berkaitan dengan produk yang dimiliki oleh Bank, mengingatkan kembali kepada calon nasabah tentang keberadaan atau keunggulan produk yang ditawarkan, dan juga untuk memperoleh daya tarik serta minat dari calon nasabah. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti :

1. Pemasangan billboard, spanduk di jalan strategis.
2. Pencetakkan brosur.
3. Pemasangan iklan di tv, koran, majalah, radio.
4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

 Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan dan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik calon nasabah agar segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

Bagi perusahaan promosi penjualan dapat dilakukan melalui :

1. Pemberian harga khusus atau potongan harga (diskon) untuk produk tertentu.
2. Pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu.
3. Pemberian cendera mata kepada konsumen yang loyal.
4. Publisitas *(Publicity)*

Promosi ketiga ini merupakan kegiatan untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, donor darah, bakti sosial, dan kegiatan lainnya. Kegiatan ini dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata nasabahnya.[[24]](#footnote-25)

1. Penjualan Pribadi *(Personal Selling)*

Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi yang secara umum dilakukan oleh *salesman* dan *salesgirl*. Dan bagi sebagian perusahaan *personal selling* dilakukan oleh *customer service.*

1. **Pengertian, dan Tujuan Penghimpunan Dana**
2. Pengertian Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana adalah upaya yang dilakukan oleh suatu lembaga dalam mengelola atau mengatur posisi dana yang diterima dari aktivitas *funding* untuk nantinya disalurkan kepada aktivitas *financing*.[[25]](#footnote-26)

1. Tujuan dari Penghimpunan Dana

Tujuan Penghimpunan Dana ialah untuk memperbesar modal, memperbesar asset, dan memperbesar kegiatan pembiayaan sehingga nantinya dapat mendukung fungsi bank sebagai lembaga intermediasi. Dalam mengelola himpunan dana, bank tidak bertanggung jawab atas kerugian yang terjadi yang bukan akibat kelalaian bank. Namun apabila yang terjadi adalah kelalaian bank, maka bank akan bertanggung jawab penuh atas kerugian tersebut. Penghimpunan dana dari masyarakat perlu dilakukan dengan cara-cara tertentu sehingga efisien dan dapat disesuaikan dengan rencana penggunaan dana tersebut.[[26]](#footnote-27)

1. **Pengertian dan Jenis Deposito, Pengertian Deposito Syariah, Manfaat, Fitur dan Mekanisme, Karakter, dan Persyaratan Deposito**
2. Pengertian Deposito

Deposito merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah yang menyimpan dana di Bank. Simpanan ini ditujukan untuk berinvestasi bagi nasabah perorangan atau lembaga dan hanya dapat dicairkan setelah jangka waktu telah berakhir, yang sering disebut dengan tanggal jatuh tempo.[[27]](#footnote-28)

* 1. Jenis-jenis Deposito

 Adapun jenis-jenis deposito yaitu sebagai berikut :[[28]](#footnote-29)

1. Deposito berjangka, merupakan simpanan berjangka yang dapat dicairkan sesuai dengan jangka waktu tertentu yang telah disepakati. Deposito berjangka diterbitkan atas nama sehingga tidak dapat di pindah tangankan atau diperjual belikan. Jangka waktu tertentu yang umumnya adalah 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan, dan deposito tidak dapat dicairkan sebelum tanggal jatuh tempo. Tetapi apabila memiliki keperluan yang mendesak, bank dapat mempertimbangkan suatu kebijakan pencairan deposito sebelum tanggal jatuh tempo dan bank tersebut akan memberikan *penalty.*
2. Deposito Harian (*deposit on call*), merupakan simpanan dana pihak ketiga pada bank yang memiliki waktu 1 sampai dengan 30 hari yang pencairannya dapat dilakukan setiap hari dengan memberitahukan terlebih dahulu kepada pihak bank. Sama dengan pencairan deposito berjangka, pencairan deposito harian harus dengan pengembalian bilyet *deposit on call*-nya.[[29]](#footnote-30)
3. Sertifikat Deposito, merupakan simpanan berjangka yang diterbitkan dengan menggunakan sertifikat sebagai bukti kepemilikan oleh pemilik hak. Sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk yang artinya di dalam sertifikat depostio tidak dicantumkan nama pemegang hak, sehingga dapat dicairkan oleh siapapun yang membawa sertifikat tersebut, dan dapat diperjual belikan atau dapat di pindah tangankan.
4. Pengertian Deposito Syariah

Deposito Syariah adalah investasi dana yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah yaitu prinsip *mudharabah mutlaqah*. Dalam transaksi deposito *mudharabah mutlaqah,* nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*). Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, Bank dapat melakukan berbagai macam usaha demi keberhasilan tujuan *mudharabah* dan tentunya tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Dari pengelolaan tersebut Bank akan membagi hasilkan kepada nasabah sesuai dengan *nisbah* yang telah disepakati bersama.[[30]](#footnote-31)

Deposito bagi hasil (*mudharabah*) berarti investasi nasabah kepada Bank syariah, dalam akuntansi kedudukan deposito tidak dicatat sebagai hutang bank, tetapi dicatat dan disebut sebagai investasi.[[31]](#footnote-32)

1. Manfaat Deposito

Manfaat Deposito bagi Bank ialah menjadi sumber pendanaan Bank baik dalam rupiah maupun valuta asing dengan jangka waktu tertentu yang lebih lama dan juga fluktuasi dana yang relatif rendah. Untuk nasabah sendiri manfaat deposito ialah menjadi alternatif investasi yang memberikan keuntungan dalam bentuk bagi hasil.[[32]](#footnote-33)

1. Fitur dan Mekanisme Deposito *Mudharabah*

Seperti halnya giro dan tabungan, deposito syariah juga memiliki fitur dan mekanisme antara lain :[[33]](#footnote-34)

1. Bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*) dan nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*).
2. Pengelolaan dana oleh bank dapat dilakukan sesuai batasan-batasan yang ditetapkan oleh pemilik dana (*mudharabah muqayyadah*) atau dilakukan dengan tanpa batasan-batasan dari pemilik dana (*mudharabah mutlaqah*).
3. Dalam akad *mudharabah muqayyadah* harus dinyatakan secara jelas syarat-syarat dan batasan tertentu yang ditentukan oleh nasabah.
4. Pembagian keuntungan dalam bentuk nisbah yang disepakati.
5. Pencairan dana oleh nasabah hanya dapat dilakukan sesuai jangka waktu yang telah disepakati.
6. Bank dapat membebankan kepada nasabah biaya administrasi berupa biaya-baya yang terkait langsung dengan biaya pengelolaan rekening antara lain biaya materai, cetak laporan transaksi dan saldo rekening, pembukaan, dan penutupan rekening.
7. Bank tidak diperbolehkan mengurangi bagian keuntungan nasabah tanpa persetujuan nasabah yang bersangkutan.
8. Karakter Deposito *Mudharabah*

Karakter dari deposito *mudharabah* ialah :[[34]](#footnote-35)

1. Keuntungan dari dana yang didepositkan harus dibagi antara deposan dan Bank, berdasarkan nisbah bagi hasil yang disepakati.
2. Keuntungan (bagi hasil) yang diterima deposan akan meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan yang diperoleh bank.
3. Adanya tenggang waktu antara dana yang diinvestasikan dan pembagian keuntungan. Oleh karena itu uang yang telah diinvestasikan di Bank tidak boleh ditarik setiap saat.
4. Nisbah bagi hasil deposito biasanya lebih tinggi daripada nisbah bagi hasil tabungan, karena masa investasi deposito jauh lebih panjang dibanding tabungan.
5. Ketentuan teknis pembukaan deposito mengikuti ketentuan teknis Bank, seperti syarat-syarat pembukaan, penutupan, formulir akad, bilyet, tanda tangan.
6. Persyaratan Deposito

Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah untuk mendepositokan uangnya di Bank Syariah ialah sebagai berikut :[[35]](#footnote-36)

1. Deposito dibuka atas nama dan tidak dapat dipindah tangankan.
2. Dalam deposito apabila nasabah meninggal dunia, uang deposito akan dibayarkan hanya kepada orang yang mendapatkan persetujuan tertulis dari ahli waris yang sah dengan menunjukkan surat keterangan ahli waris sesuai dengan ketentuan hukum.
3. Perubahan nama, alamat, dan hal-hal lain yang menyimpang dari keterangan-keterangan yang pernah diberikan kepada pihak Bank, harus segera diberitahukan secara tertulis kepada pihak Bank.
4. Atas bagi hasil yang diterima, nasabah dikenakan pajak berdasarkan ketentuan yang berlaku. Dan bagi hasil yang diperoleh dapat dipindahbukukan secara otomatis ke rekening tabungan yang ada di Bank tersebut.

Persyaratan yang harus dipenuhi oleh nasabah ketika akan melakukan pembukaan rekening deposito adalah sebagai berikut :[[36]](#footnote-37)

1. Bagi nasabah yang akan mendepositkan uangnya atas nama perorangan, maka syarat dan ketentuannya adalah dengan membawa identitas asli dan fotocopy berupa KTP/SIM/Passport. Dengan setoran minimum Rp. 2.500.000,- dan ditambahkan materai, nasabah sudah dapat berinvestasi dengan prinsip syariah yang sebenarnya.
2. Bagi nasabah yang akan berinvestasi atas nama perusahaan, maka syarat dan ketentuannya adalah dengan membawa identitas asli dan fotocopy berupa KTP/SIM/Passport pejabat yang berwenang, SIUP, Akta Pendirian Usaha, dan perubahannya, NPWP. Dengan setoran minimum Rp. 5.000.000,- serta ditambahkan materai.

 Deposito di Bank Syariah dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan, sehingga dapat membantu pertumbuhan dan perkembangan usaha masyarakat. Oleh karena itu deposito adalah produk Bank yang paling banyak menarik masyarakat, sehingga deposito dipergunakan oleh Bank sebagai sarana pemasaran untuk memperkenalkan dan menjual produk-produk Bank lainnya.[[37]](#footnote-38)

1. **Pengertian, Jenis, Rukun, Berakhirnya Akad *Mudharabah,* dan Aplikasi *Mudharabah* dalam Perbankan**
2. Pengertian *Mudharabah*

*Mudharabah* artinya kerja sama antara pemilik dana (*shahibul mal*) dengan pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antar kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya. Apabila rugi maka akan ditanggung pemilik dana selama kerugian bukan akibat kelalaian pengelola, dan apabila kelalaian diakibatkan pengelola maka pengelola dana yang bertanggung jawab.[[38]](#footnote-39)

1. Jenis *Mudharabah*

Dalam praktiknya *mudharabah* terbagi dalam dua jenis, yaitu *mudharabah muthlaqah* dan *mudharabah muqayyadah* :

1. Pengertian *mudharabah muthlaqah* merupakan kerja sama antara pihak pertama dan pihak lain yang cakupannya lebih luas. Maksudnya tidak dibatasi oleh waktu, spesifikasi usaha, dan daerah bisnis.[[39]](#footnote-40)
2. Sedangkan *mudharabah muqayyadah* merupakan kebalikan dari *mudharabah muthlaqah* dimana pihak lain dibatasi dengan batasan oleh waktu, spesifikasi usaha, dan tempat usaha.[[40]](#footnote-41) *Mudharabah muqayyadah* merupakan akad yang di mana pengelola dana wajib mengindahkan persyaratan yang telah disepakati bersama pemilik dana. Sebagai contoh ketika perjanjian akad *mudharabah* disyaratkan agar usaha yang dikembangkan adalah jual-beli pakaian, maka pengelola dana tidak dibenarkan untuk menggunakan modal dalam unit usaha lain.[[41]](#footnote-42)
3. Rukundan Ketentuan Syariah Akad *Mudharabah*
	1. Rukun *Mudharabah* ada empat, yaitu :[[42]](#footnote-43)
4. Pelaku, terdiri atas pemilik dana dan pengelola dana
5. Objek, berupa modal dan kerja
6. Ijab Qabul, serah terima
7. Nisbah keuntungan
	1. Ketentuan Syariah, adalah sebagai berikut :
8. Pelaku (pemilik dana dan pengelola dana)[[43]](#footnote-44)
9. Pelaku harus baligh dan cakap bertindak hukum secara syariah.
10. Pelaku akad *mudharabah* dapat dilakukan sesama muslim dan nonmuslim.
11. Pemilik dana tidak boleh ikut campur dalam pengelolaan usaha tetapi boleh mengawasi.
12. Objek (modal dan kerja)[[44]](#footnote-45)
13. Modal yang diserahkan harus tunai dan jelas jumlahnya.
14. Kerja adalah hak pengelola dana dapat berbentuk keahlian, keterampilan, *management skill,* dan lain-lain*.*
15. Dalam kerjanya, pengelola dana harus menjalankan usaha sesuai syariah dan harus mematuhi semua ketetapan yang ada didalam kontrak.
16. Ijab dan Qabul [[45]](#footnote-46)

*Ijab* dan *qabul* harus bertemu, artinya *ijab* diucapkan pihak pertama harus diterima dan disetujui oleh pihak kedua sebagai ungkapan kesediaan bekerja sama. Ungkapan kesediaan tersebut bisa dengan kata-kata atau gerakan tubuh (*isyarat*) lain yang menunjukkan kesediaan dan kesepakatan. Ketika kesepakatan telah disetujui maka terjadilah hukum.

1. Nisbah keuntungan[[46]](#footnote-47)

Nisbah adalah besaran yang digunakan untuk pembagian keuntungan yang berhak diterima oleh kedua pihak yang ber*mudharabah* atas keuntungan. Nisbah keuntungan harus diketahui dengan jelas oleh kedua pihak, dan atas kesepakatan bersama.

1. Berakhirnya Akad *Mudharabah*

Berakhirnya akad *mudharabah* terjadi apabila ada perkara sebagai berikut :[[47]](#footnote-48)

1. Di dalam mudharabah dibatasi oleh waktu, maka mudharabah akan berakhir pada waktu yang telah ditentukan.
2. Salah satu pihak memutuskan untuk mengundurkan diri.
3. Salah satu pihak meninggal dunia atau hilang akal.
4. Pengelola dana tidak menjalankan amanahnya sebagai pengelola usaha untuk mencapai tujuan sebagaimana dituangkan dalam akad. Sebagai pihak yang mengemban amanah harus beritikad baik dan hati-hati.
5. Modal sudah tidak ada.
6. Aplikasi dalam Perbankan

*Mudharabah* biasanya diterapkan pada produk-produk pembiayaan dan penghimpunan dana. Dalam penghimpunan dana, *mudharabah* diterapkan pada :[[48]](#footnote-49)

1. Tabungan, seperti tabungan biasa, tabungan haji, tabungan kurban, dan sebagainya.
2. Deposito

Adapun pada pembiayaan, *mudharabah* diterapkan untuk :

1. Pembiayaan modal kerja, modal kerja perdagangan ataupun jasa.

Islam membolehkan kerja sama *(mudharabah)* agar kedua belah pihak dapat mengambil manfaatnya. Pemilik harta mendapatkan pengalaman dalam usaha dan orang yang berpengalaman di suatu dapat memperoleh manfaat dengan harta. Dengan demikian terciptalah kerja sama antara modal dan kerja. Ini merupakan langkah untuk menghindari menyia-nyiakan modal serta keahlian yang tidak mempunyai modal.

1. **Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat tentang penghimpunan dana deposito *Mudharabah* Bank Syariah, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Idris mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, yang merupakan studi kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang palembang dengan judul “Strategi Promosi Pada Produk Penghimpunan Dana Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi promosi dalam menarik nasabah pada produk penghimpunan dana yang dijalankan Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa strategi promosi Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang dalam melakukan penghimpunan dana melalui brosur, papan reklame, dan spanduk kurang tepat, karena banyak dari responden tidak melihat dan tertarik pada promosi di papan reklame dan brosur tersebut. Persamaan penelitian Muhammad Idris dengan penelitian sekarang adalah mengetahui strategi promosi dalam menarik minat nasabah deposito, dan yang menjadi perbedaan pada penelitian ini berupa contoh perhitungan bagi hasil deposito *mudharabah*.[[49]](#footnote-50)

Cesaria Yomi Edy Nelwani (2012), Jurusan Ilmu Ekonomi Islam Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta yang merupakan studi kasus pada Bank Umum Syariah dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Deposito *Mudharabah* Pada Bank Umum Syariah Periode 2009-2012”. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel internal dan eksternal bank syariah terhadap jumlah deposito *mudharabah* di Bank Umum Syariah periode 2009-2012. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nilai tukar rupiah terhadap dollar AS, tingkat inflasi, jumlah uang kartal, biaya promosi, jumlah jaringan kantor, tingkat bagi hasil deposito *mudharabah*, jumlah pekerja, secara simultan sangat berpengaruh signifikan terhadap deposito *mudharabah* pada Bank Umum Syariah. Hal ini terbukti dari uji F yang menunjukan hasil signifikan 0,000 lebih kecil dari tingkat kepercayaan 0,005 (0,000 < 0,005). Sedangkan koefisien determinasi ditunjukan oleh nilai adjusted R Square 0,989, maka dapat disimpulakn bahwa tingkat pengaruh semua variabel indenpenden terhadap terhadap variabel dependen sebesar 98,9% dan sisanya 1,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Yang menjadi perbedaan dengan penelitian sekarang adalah penelitian ini menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi deposito *mudharabah* pada bank umum syariah dengan menggunakan uji F dan uji t, sedangkan penelitian sekarang hanya mengenai strategi promosi penghimpunan dana deposito *mudharabah* yang dapat menarik nasabah, dan menghitung contoh perhitungan bagi hasil deposito *mudharabah* di BRI Syariah melalui wawancara pada pihak internal di Bank Rakyat Indonesia Syariah yaitu *Staff Funding Officer*.[[50]](#footnote-51)

Penelitian ketiga dilakukan oleh Jefri Arif Nurmansyah (2009), Jurusan Manajemen Pemasaran di Universitas Sebelas Maret. Yang melakukan studi kasus pada Bank BRI dengan judul “Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BRI Unit Wonosari I Klaten”. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui variabel bauran promosi yang digunakan BRI Unit Wonosari I Klaten dan untuk mengatuhui peranan promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel promosi yang digunakan BRI Unit Wonosari I Klaten dalam usahanya untuk meningkatkan jumlah nasabah adalah periklanan, *personal selling*, dan promosi penjualan. Serta kegiatan promosi yang dilakukan BRI sangat berperan penting dalam meningkatkan jumlah nasabahnya. Perbedaan dengan penelitian sekarang ialah adanya penelitian terhadap hambatan yang ada dalam melakukan kegiatan promosi produk penghimpunan dana.[[51]](#footnote-52)

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Muh Masri Triady (2012), Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin yang merupakan studi kasus pada PT. Bank Sulselbar Cabang Utama dengan judul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk Jasa Pada PT. Bank SulSelbar, Tbk”. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh penerapan strategi promotional mix dan menganalisis variabel apakah yang dominan memengaruhi keputusan menggunakan jasa pada PT. Bank Sulselbar, Tbk. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa nilai R2 sebesar 0,921 yang artinya kelima bauran promosi yang dilakukan oleh PT. Bank SulSelbar Tbk memiliki pengaruh simultan sebesar 92,1% terhadap nilai penjualan. Melalui uji F juga dapat dilihat bahwa secara bersama-sama kelima bauran promosi ini memiliki pengaruh simultan yang positif dan signifikan karena nilai F hitung > F tabel (14,032 > 4,39). Pada uji t, untuk menguji pengaruh variabel bauran promosi secara parsial terhadap nilai penjualan, ditemukan bahwa periklanan merupakan variabel yang paling dominan memiliki pengaruh terhadap volume penjualan. Dimana, nilai thitung dari variabel promosi penjualan (X1) ini paling besar diantara empat variabel bauran promosi lainnya, yakni sebesar 4,167. Perbedaan dengan penelitian sekarang ialah penelitian yang penulis lakukan hanya melalui wawancara kepada pihak internal Bank, sedangkan penelitian ini menganalisis bauran promosi melalui uji F, uji t, dan nilai R2.[[52]](#footnote-53)

**Tabel 2.1**

**Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama** | **Judul** | **Hasil Penelitian** | **Perbedaan** | **Persamaan** |
| `1. | Muhammad Idris (2011) | Strategi Promosi Pada Produk Penghimpunan Dana Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang | Penelitian ini mengetahui strategi promosi terhadap produk penghimpunan dana di BRI Syariah | **-**Strategi promosi terhadap semua produk penghimpunan dana yaitu tabungan, giro, dan deposito.-Penelitian sekarang juga meneliti hambatan yang ada dalam melakukan promosi produk deposito. | **-**Sama-sama menggunakan data kualitatif.-Sama-sama melakukan penelitian mengenai strategi promosi produk penghimpunan dana di BRI Syariah |
| 2. | Cesaria Yomi Edy Nelwani (2012) | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Deposito *Mudharabah* Pada Bank Umum Syariah Periode 2009-2012 | Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel internal dan eksternal bank syariah terhadap jumlah deposito *mudharabah* di Bank Umum Syariah periode 2009-2012 | -Menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi deposito *mudharabah* pada Bank Umum Syariah dengan menggunakan uji F dan uji t | Sama-sama meneliti deposito *mudharabah*  |
| 3. | Jefri Arif Nurmansyah (2009) | Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BRI Unit Wonosari I Klaten | untuk mengetahui variabel bauran promosi yang digunakan BRI Unit Wonosari I Klaten dan untuk mengatuhui peranan promosi dalam meningkatkan jumlah nasabah | -Penelitian sekarang juga meneliti mengenai hambatan yang ada dalam melakukan promosi produk.-Penelitian penulis dilakukan di BRI Syariah Cabang Pembantu Palembang. | -Sama-sama menggunakan data kualitatif.-Sama-sama meneliti bauran promosi dalam menarik dan mempertahankan nasabah.-Sama-sama meneliti di BRI. |
| 4. | Muh Masri Triady (2012), | Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk Jasa Pada PT. Bank SulSelbar, Tbk. | Penelitian ini mengetahui pengaruh penerapan strategi promotional mix dan menganalisis variabel yang dominan memengaruhi keputusan menggunakan jasa pada PT. Bank Sulselbar, Tbk. | -Menggunakan Data Kuantitatif-Menganilisis dengan menggunakan uji F, uji t, dan nilai R2.-Penelitian dilakukan pada PT. Bank SulSelbar, Tbk. | -Sama-sama meneliti mengenai strategi bauran promosi |

**BAB III**

**GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

1. **Sejarah Bank Rakyat Indonesia Syariah**

Pada tanggal 19 Desember 2007 terjadi akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta. Setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasional secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam. Dua tahun lebih PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan fi­nansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.[[53]](#footnote-54)

PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah ada di industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

Aktivitas PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah (proses spin off‑) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah.

Saat ini PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.[[54]](#footnote-55)

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumer berdasarkan prinsip Syariah.[[55]](#footnote-56)

PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah yang baru berumur 1,4 bulan dengan aset pertama 400 milyar lebih sekarang sudah memiliki aset 3,7 triliun. Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah mengatakan kini mempunyai kantor cabang seluruh Indonesia termasuk Salah satu cabang PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah yang ada di Kota Palembang tepatnya di Ruko Taman Mandiri Jl. Kapten A Rivai Palembang yang diresmikan oleh Gubernur Sumsel H. Alex Noerdin SH. Peresmian ini bersamaan dengan peresmian Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang pada Selasa 30 Maret 2010.

1. **Visi Misi dan Struktur Organisasi**
2. Visi dan Misi

Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.[[56]](#footnote-57)

Misi

* Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
* Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
* Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
* Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.[[57]](#footnote-58)
1. Struktur Organisasi dan *Job Description*
2. Struktur organisasi pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang dapat dilihat dalam bagan sebagai berikut :

**Gambar 3.1**

**Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang**

Financing Support Assistant Manager / Manager Cabang

Pemimpin Cabang Pembantu

Unit Head

Branch Operation Supervisor

Unit Financing Officer

-Sales Officer

-Relationship Officer

Account Officer

-Teller

-Customer Service

Penaksir Emas

* 1. **Sumber : Dokumen PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang.[[58]](#footnote-59)**
1. *Job Description*
2. Pimpinan Cabang Pembantu (pincapem) adalah struktur tertinggi di kantor cabang yang bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level kantor cabang dan membawahi keseluruhan manager, baik bisnis maupun operasional.[[59]](#footnote-60)
3. *Unit Head* (UH) secara struktur berada langsung di bawah pimpinan cabang pada KCP, sehingga pencapaian target dari UH juga menjadi tanggung jawab dari pincapem. UH bertanggung jawab untuk melaksanakan dan dan memastikan bisnis mikro pada unit tersebut berjalan sesuai dengan target yang diberikan dan tidak melanggar syariah maupun P3 mikro. UH membawahi *Sales Officer* (SO) dan *Relationship Officer* (RO) dan harus berkoordinasi dengan *Unit Financing Officer* (UFO) sebagai pihak *risk* di unit mikro.[[60]](#footnote-61)
4. *Unit Financing Officer* (UFO) secara struktur berada langsung di bawah AFO dan sebagai pihak *risk* di unit yang bertugas melakukan verifikasi usaha nasabah, verifikasi jaminan, verfikasi karakter nasabah dan lain-lain. UFO akan menangani nasabah dengan limit pembiayaan sampai dengan Rp 75.000.000,-.[[61]](#footnote-62)
5. *Sales Officer* (SO) secara struktur berada langsung di bawah UH dan bertugas untuk melakukan penjualan produk-produk mikro serta melakukan *pre-screening* untuk calon-calon nasabah sebelum dokumen-dokumen pembiayaan diberikan kepada UFO untuk diverifikasi lebih lanjut.[[62]](#footnote-63)
6. *Relationship Officer* (RO) secara struktur di bawah UH dan bertugas untuk melakukan proses *cash pick up* dan kunjungan ke nasabah untuk memastikan pembayaran angsuran nasabah secara tepat waktu. RO bertugas juga melakukan *collection* dana sampai dengan DPD 30 hari, jika DPD lebih dari 30 hari proses collection akan diserahkan kepada collis.[[63]](#footnote-64)
7. *Account Officer* (AO) secara struktur berada langsung di bawah Pincapem. Bertugas melakukan proses marketing untuk segmen komersial khususnya pembiayaan konsumtif. Memasarkan pembiayaan sesuai dengan ketentuan pembiayaan konsumer dengan target yang telah ditetapkan, melakukan proses pembiayaan baru, melakukan perpanjangan, menyiapkan dan keabsahan dokumen pembiayaan serta mengusulkan kepada komite pembiayaan untuk mendapatkan keputusan. Menjaga kualitas pembiayaan yang sesuai target yang ditetapkan.[[64]](#footnote-65)
8. *Branch Operation Supervisor* (BOS) secara struktur berada langsung di bawah Pincapem. Bertugas mengkoordinir kegiatan pelayanan dan transaksi operasional *teller* dan *costumer service* sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dan tidak ada transaksi yang tertunda penyelesaiannya untuk mencapai *service excellent*. Membina dan melatih teller dan *costumer service* agar dapat melaksanakan tugasnya dengan baik, dan bertanggung jawab terhadap kebersihan lingkungan kerja terutama halaman, *banking hall* dan area kerja *teller*, *costumer service* dan area *front office* lainnya.[[65]](#footnote-66)
9. *Customer Service* (CS) secara struktur berada di bawah BOS. Bertugas memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah atas seluruh kegiatan termasuk informasi mengenai produk Bank demi menunjang pemasaran produk Bank, membantu nasabah dalam pengisian aplikasi dana maupun jasa guna memberikan pelayanan yang memuaskan, membina hubungan baik dengan pihak-pihak terkait untuk kelancaran pelaksanaan tugas, melaksanakan tugas-tugas kedinasan lainnya yang diberikan atasan dalam rangka menunjang kepentingan bisnis operasional kantor.[[66]](#footnote-67)
10. *Teller* secara struktur berada di bawah BOS. Mempunyai tugas membantu dan melayani nasabah dalam hal menerima setoran, penarikan uangdan transaksi lainnya yang berhubungan dengan Bank yang dilakukan dalam counter teller, juga memeriksa seluruh transaksi harian teller dan semua dokumen lainnya yang dibuat pada seksi kas. Melaksanakan cash count akhir hari atau pada saat pergantian teller. Mengambil atau menyetor uang tunai pada main vault, dan mencatat/membuat daftar posisi kas setiap akhir hari. Teller bertanggung jawab kepada Bagian Operasional.
11. Penaksir Emas secara struktur berada dibawah *Financing Support Assistant Manager* (FSM), namun pada Kantor Cabang Pembantu (KCP), penaksir emas berada langsung dibawah Pincapem. Penaksir adalah pegawai yang memenuhi kualifikasi penaksir dan ditetapkan oleh pejabat yang berwenang sebagai petugas yang menaksir barang jaminan. Bertugas melayani nasabah yang akan mengajukan permohonan gadai serta memeriksa nilai barang jaminan emas yang diberikan oleh nasabah.[[67]](#footnote-68)
12. **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 ilir yang berlokasi di Jalan Kebumen Darat No.835 Pasar 16 Ilir Palembang Telepon (0711) 374111, 374206, Faksimili (0711) 374206.

**BAB IV**

**PEMBAHASAN**

1. **Strategi Promosi Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah Mutlaqah**

Setiap perusahaan akan berusaha mempromosikan seluruh produk atau jasa yang dimilikinya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Termasuk pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, selain menciptakan produk penghimpunan dana yang kompetitif PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah juga menjalankan strategi promosi pada penghimpunan dana terutama pada produk deposito *mudharabah mutlaqah.[[68]](#footnote-69)* Karena dengan promosi dapat menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan *staff* *funding officer* PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, didapatkan hasil berupabentuk-bentuk promosi yang digunakan PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah untuk menarik nasabah deposito *mudharabah mutlaqah,* antara lain :[[69]](#footnote-70)

1. Periklanan *(advertising)*

Periklanan merupakan bentuk promosi yang digunakan untuk menginformasikan, menarik, serta memengaruhi calon nasabah. Penggunaan promosi dengan iklan di PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dilakukan dengan berbagai media seperti :[[70]](#footnote-71)

1. Pencetakan brosur baik disebarkan disetiap kantor cabang atau pusat-pusat perbelanjaan.
2. Pemasangan spanduk dan papan reklame di lokasi yang strategis.
3. Pemasangan iklan melalui koran, majalah, radio, televisi, internet dan lain-lain.
4. Penjualan Pribadi (*personal selling)*

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai Bank Rakyat Indonesia Syariah, mulai dari *cleaning service*, satpam sampai pejabat Bank. Secara khusus dilakukan oleh petugas *funding officer*. Pegawai Bank Rakyat Indonesia Syariah juga biasa menarik nasabah dengan sistem jemput bola yang artinya mencari nasabah di lapangan.[[71]](#footnote-72)

1. Publisitas *(publicity)*

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran atau open table, bakti sosial, donor darah dan lain-lain melalui berbagai media. Kegiatan promosi ini dapat meningkatkan pamor Bank di mata nasabah, baik secara langsung atau tidak.[[72]](#footnote-73)

1. Promosi Penjualan (*sales promotion)*

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Bank Rakyat Indonesia Syariah melakukan promosi penjualan agar calon nasabah tertarik untuk mendepositokan dananya di Bank Rakyat Indonesia Syariah, maka dilakukan promosi penjualan yang semenarik mungkin melalui :[[73]](#footnote-74)

1. Pemberian bagi hasil yang kompetitif.
2. Pemberian cindera mata serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang mendepositokan dana yang besar di Bank, seperti jam dinding, tas, mug, kalender dan payung yang diberikan logo Bank Rakyat Indonesia Syariah dan identitas produknya.

Promosi tersebut dianggap sarana yang paling ampuh dalam menarik dan mempertahankan nasabah deposito *mudharabah mutlaqah* di Bank Rakyat Indonesia Syariah.[[74]](#footnote-75) Karena promosi tersebut dapat berpengaruh positif bagi calon nasabah dengan memperkenalkan produk Bank kepada masyarakat luas atau calon nasabah mengenai manfaat dan kelebihan produk deposito *mudharabah mutlaqah*.

1. **Hambatan-Hambatan Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Penghimpunan Dana Deposito Mudharabah Mutlaqah**

Dalam setiap perusahaan, pasti terdapat hambatan-hambatan yang dihadapi baik kecil maupun besar khususnya hambatan yang dihadapi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah dalam pelaksanaan kegiatan promosi terhadap penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah.[[75]](#footnote-76)*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan *staff funding officer* PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, didapatkan hasil berupa hambatan-hambatan dalam pelaksanaan kegiatan promosi terhadap penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah* adalah sebagai berikut:[[76]](#footnote-77)

1. Untuk promosi dalam sistem jemput bola, terdapat kekurangan terhadap Sumber Daya Manusia (SDM) yang benar-benar memahami mengenai produk deposito *mudharabah mutlaqah* terutama *staff funding officer* dan *sales officer*.
2. Luasnya geografi pasar, yang banyak nasabah berasal dari daerah-daerah dan wilayah-wilayah yang jauh dari kantor cabang induk Bank Rakyat Indonesia Syariah di Palembang maupun kantor-kantor cabang pembantu di Palembang menjadi salah satu hambatan dalam melakukan kegiatan promosi penghimpunan dana deposito *mudharabah mutlaqah.*
3. Aspek pendanaan juga menjadi hambatan dalam pelaksanaan kegiatan promosi dalam penghimpunan dana produk deposito mudharabah mutlaqah, minimnya anggaran promosi yang dimiliki menyebabkan kurang gencarnya promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah sehingga kurang perbanyak pendirian papan reklame dan spanduk di jalanan.
4. Banyaknya nasabah yang tidak loyal terhadap Bank Syariah misalkan banyak nasabah yang lebih mempersoalkan berapa besaran bagi hasil yang akan didapatnya dibandingkan ingin melakukan penerapan aturan syariat yang dilaksanakan di dalam perbankan syariah.
5. Minimnya pengetahuan masyarakat atau calon nasabah tentang perbankan syariah termasuk produk deposiro *mudharabah mutlaqah.*
6. Kondisi perekonomian yang yang tidak stabil yang membuat kekhawatiran calon nasabah untuk menyimpan uangnya di Bank.
7. Banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama yang telah melakukan promosi terlebih dahulu.

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah penulis lakukan mengenai “Strategi Promosi Dalam Penghimpunan Dana Produk Deposito Mudharabah Mutlaqah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang”, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi promosiyang digunakan oleh pihak Bank Rakyat Indonesia Syariah adalah periklanan, publisitas, promosi penjualan, dan penjualan pribadi yang dilakukan langsung oleh seluruh pihak internal Bank Rakyat Indonesia Syariah terutama oleh pihak *funding officer, customer service* dan *sales officer.*
2. Terdapat hambatan-hambatan dalam pelaksanaan strategi promosi penghimpunan dana produk deposito *mudharabah mutlaqah* yakni dari aspek pendanaan, kurangnya sumber daya manusia yang memahami produk deposito dan prinsip ekonomi Islam, banyaknya pesaing yang bergerak pada promosi yang sama, dan banyaknya nasabah yang tidak loyal terhadap Bank Syariah.

1. **Saran**

 Adapun beberapa saran dari penulis sehubungan dengan penelitian produk deposito *mudharabah mutlaqah* pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah yaitu sebaiknya pihak Bank Rakyat Indonesia Syariah harus lebih gencar lagi dalam mensosialisasikan dan menjelaskan lebih rinci produk deposito *mudharabah mutlaqah* terutama melalui sistem jemput bola atau dengan mendatangkan langsung calon nasabah deposito tersebut.

Pihak Bank Rakyat Indonesia Syariah diharapkan terus memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya terutama nasabah deposito *mudharabah mutlaqah* itu sendiri agar nasabah dapat menjadi lebih loyal terhadap Bank Syariah.

**DAFTAR PUSTAKA**

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.

Jakarta : Rineka Cipta

Danuprada, Gita. 2013. *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah. Jakarta :*

*S*alemba Empat

Ghazaly, R. A., etall. 2010 . *Fiqh Muamalah*. Jakarta : Kencana Prenada media

group

Hasibuan, Malayu. 2011. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara

Indrawan, Rulli. 2014. *Metodologi Penenlitian*. Bandung : PT. Refika Aditama

Iswardono. 1993. *Uang dan Bank.* Yogyakarta : BPFE

Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya,* Edisi Revisi. Jakarta : PT.

Raja Grafindo Persada

Kasmir. 2000. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT. Grafindo Persada

Kasmir dan Jakfar. 2014. *Studi Kelayakan Bisnis, Edisi Revisi*. Jakarta : Prenada

Media Group

Kountur, Ronny. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta : PPM

Latumaerissa R Julius. 2011. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain.* Jakarta :

Salemba Empat

Muhammad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta : UPP

AMP YKPN

Nurhayati, Sri dan Wasilah. 2015. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta :

Salemba Empat

Syafi’i Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah dari teori ke praktik*. Jakarta :

Gema Insani

Sugiyono. 2014. Metode *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung :*

Alfabeta

Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : PT Pustaka Baru

Press

Tohirin. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan*

*Konselling*. Jakarta : Rajawali Pers

Yaya, Rizal., dkk. 2014. *Akuntansi Perbankan Syariah,* Edisi 2*. Jakarta :*

Salemba Empat

http://[www.brisyariah.co.id/visi-misi](http://www.brisyariah.co.id/visi-misi)

<http://www.brisyariah.co.id/struktur-organisasi>

1. Iswardono, *Uang dan Bank,* hal. 49 [↑](#footnote-ref-2)
2. Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, hal. 331 [↑](#footnote-ref-3)
3. Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, hal. 331 [↑](#footnote-ref-4)
4. Gustiya sari, 2014, Efektifitas Pembiayaan Murabahah Terhadap Usaha Mikro Pada PT. BRI Syariah : Skripsi Tidak Diterbitkan [↑](#footnote-ref-5)
5. Sri Dirgahayu, Customer Service PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang 16 Ilir Palembang, Wawancara (20 Januari 2015 15:50) [↑](#footnote-ref-6)
6. Sri Dirgahayu, Wawancara (20 Januari) [↑](#footnote-ref-7)
7. Sri Dirgahayu, Wawancara (20 Januari 2015) [↑](#footnote-ref-8)
8. Indah Fitriya, 2009, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah UPS Magelang Memilih Deposito Mudharabah : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan [↑](#footnote-ref-9)
9. Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain,*  hal. 337 [↑](#footnote-ref-10)
10. Sri Dirgahayu, Wawancara (20 Januari 2015) [↑](#footnote-ref-11)
11. Indah Marlianty, Customer Service PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Kenten Palembang, Wawancara (03 Juni 2015 11:15) [↑](#footnote-ref-12)
12. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, hal. 19 [↑](#footnote-ref-13)
13. Rounny Kountur, *Metode Penelitian*, hal. 182 [↑](#footnote-ref-14)
14. Rulli Indrawan, *Metodologi Penenlitian*, hal. 141 [↑](#footnote-ref-15)
15. Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, hal. 274 [↑](#footnote-ref-16)
16. Sugiyono, Metode *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* hal. 231 [↑](#footnote-ref-17)
17. Tohirin, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan dan Bimbingan Konselling*, hal. 141 [↑](#footnote-ref-18)
18. Philip Kotler dan Kevin Lane Kotler, *Manajemen Pemasaran*, hal. 23 [↑](#footnote-ref-19)
19. Sofjan Assuari, *Manajemen Pemasaran*, hal. 81 [↑](#footnote-ref-20)
20. Gita Danuprata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah,* hal. 45 [↑](#footnote-ref-21)
21. Indah Marlianty, Wawancara (03 Juni 2015) [↑](#footnote-ref-22)
22. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-23)
23. Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, hal. 58 [↑](#footnote-ref-24)
24. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hal. 191 [↑](#footnote-ref-25)
25. Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah,* hal. 87 [↑](#footnote-ref-26)
26. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei) [↑](#footnote-ref-27)
27. Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya,* hal. 75 [↑](#footnote-ref-28)
28. Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, hal. 247 [↑](#footnote-ref-29)
29. Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, hal. 247 [↑](#footnote-ref-30)
30. Rizal Yaya, et.al, *Akuntansi Perbankan Syariah,* hal. 98 [↑](#footnote-ref-31)
31. Maya Siska Swantika, Funding Officer PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang, Wawancara Pribadi (24 Februari 2015 09:40) [↑](#footnote-ref-32)
32. Dokumen PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang, hal. 20 (08 Mei 2015 08:56) [↑](#footnote-ref-33)
33. Dokumen, hal. 19 (8 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-34)
34. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-35)
35. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-36)
36. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-37)
37. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-38)
38. Abdul Rahman Ghazaly, et.al, *Fiqh Muamalah*, hal. 216. [↑](#footnote-ref-39)
39. Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, hal. 249 [↑](#footnote-ref-40)
40. Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktik*, hal. 97 [↑](#footnote-ref-41)
41. Sri Dirgahayu, Wawancara (28 Mei 2015 10:30) [↑](#footnote-ref-42)
42. Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, hal. 102 [↑](#footnote-ref-43)
43. Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, hal. 103 [↑](#footnote-ref-44)
44. Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*, hal. 132 [↑](#footnote-ref-45)
45. Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, hal. 103 [↑](#footnote-ref-46)
46. Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia,* hal. 133 [↑](#footnote-ref-47)
47. Sri Nurhayati dan Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia,*, hal. 134 [↑](#footnote-ref-48)
48. Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah*, hal. 97 [↑](#footnote-ref-49)
49. Muhammad Idris, Strategi Promosi Pada Produk Penghimpunan Dana Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Palembang : Tugas Akhir [↑](#footnote-ref-50)
50. Cesaria Yomi Edy Nelwani, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Deposito *Mudharabah* Pada Bank Umum Syariah Periode 2009-2012 : Skripsi Tidak Diterbitkan [↑](#footnote-ref-51)
51. Jefri Arif Nurmansyah, Penerapan Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BRI Unit Wonosari I Klaten : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan [↑](#footnote-ref-52)
52. Muh Masri Triady, Analisis Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk Jasa Pada PT. Bank SulSelbar, Tbk : Skripsi Tidak Diterbitkan [↑](#footnote-ref-53)
53. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, diakses : [www.brisyariah.co.id/visi-misi (30](http://www.brisyariah.co.id/visi-misi%20%2830) April 2015 5:36) [↑](#footnote-ref-54)
54. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, diakses : [www.brisyariah.co.id/visi-misi (30](http://www.brisyariah.co.id/visi-misi%20%2830) April 2015) [↑](#footnote-ref-55)
55. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, diakses : [www.brisyariah.co.id/visi-misi (30](http://www.brisyariah.co.id/visi-misi%20%2830) April 2015 5:36) [↑](#footnote-ref-56)
56. Visi Misi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, diakses : [www.brisyariah.co.id/visi-misi (30](http://www.brisyariah.co.id/visi-misi%20%2830) April 2015 5:36) [↑](#footnote-ref-57)
57. Visi Misi PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah, diakses : [www.brisyariah.co.id/visi-misi (30](http://www.brisyariah.co.id/visi-misi%20%2830) April 2015 5:36) [↑](#footnote-ref-58)
58. Struktur Organisasi dan JobDesc, Dokumen PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang (06 Mei 2015 14:58) [↑](#footnote-ref-59)
59. Sri Dirgahayu, Wawancara (28 Mei) [↑](#footnote-ref-60)
60. Struktur Organisasi dan JobDesc PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang (06 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-61)
61. Riki, Unit Financing Officer PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang 16 Ilir Palembang (28 Mei 10:18) [↑](#footnote-ref-62)
62. Struktur Organisasi dan JobDesc PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang (06 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-63)
63. Struktur Organisasi dan JobDesc PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang (06 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-64)
64. Farida Ayu Avisena Nusantari, Strategi BRI Syariah dalam Menganalisis Kelayakan Pembiayaan Mikro : Skripsi Tidak Diterbitkan [↑](#footnote-ref-65)
65. Indah, Branch Operation Supervisor PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang 16 Ilir Palembang (12 mei 2015 10:10) [↑](#footnote-ref-66)
66. Umi Indah Sulistiawati, Prosedur Pendanaan dengan Prinsip Wadiah dan Mudharabah Pada PT. BRI Syariah Cabang Solo Slamat Riyadi : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan [↑](#footnote-ref-67)
67. Struktur Organisasi dan JobDesc, Dokumen PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang (06 Mei 2015 14:58) [↑](#footnote-ref-68)
68. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-69)
69. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-70)
70. Indah Marlianty, Wawancara (03 Juni 2015) [↑](#footnote-ref-71)
71. Kasmir, *Manajemen Perbankan*, hal. 215 [↑](#footnote-ref-72)
72. Indah Marlianty, Wawancara (03 Juni 2015) [↑](#footnote-ref-73)
73. Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*, hal. 58-60 [↑](#footnote-ref-74)
74. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-75)
75. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-76)
76. Maya Siska Swantika, Wawancara (07 Mei 2015) [↑](#footnote-ref-77)