

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Awal abad ke-20, Bank islam hanya merupakan obsesi dan diskusi teoretis para akademis, walaupun demikian, gagasan tersebut nyaris tenggelam dalam lautan sistem ekonomi dunia yang tidak bisa melepaskan diri dari bunga. Walaupun demikian, gagasan tersebut terus berkembang meski secara perlahan. Dari upaya ini pemrakarsa bank islam dapat memikirkan untuk membuat infrastruktur sistem perbankan yang bebas bunga<sup>1</sup>.

Pada penghujung tahun 2006 Bank Indonesia, sebagai otoritas tertinggi perbankan nasional mencanangkan kebijakan Program Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah 2007-2008. Tujuannya adalah mencapai target market share perbankan syariah sebesar 5% dari total aset perbankan nasional pada akhir tahun 2008 dengan tetap mempertahankan prinsip kehati-hatian dan kepatuhan terhadap prinsip syariah<sup>2</sup>. Lebih dari itu program akselerasi ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan volume usaha bank syariah dengan lebih cepat.

---

<sup>1</sup> Tim pengembangan Perkembangan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, (Jakarta: Djambatan, 2002) h.21

<sup>2</sup> Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, *Kebijaksanaan Akselerasi Pengembangan Perbankan Syariah 2007-2008*, (Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2006), h.3

Namun pada akhir tahun 2008 Bank Indonesia merevisi target tersebut, dari tahun 2008 menjadi tahun 2010, disebabkan perlambatan ekonomi yang diperkirakan berlangsung hingga pertengahan tahun 2009<sup>3</sup>.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia diawali dengan didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dan baru beroperasi pada tahun 1992, kemudian setelah itu terutama di awal tahun 2000-an bermuculan bank-bank syariah di Indonesia<sup>4</sup>. Hal ini dapat dilihat dari jumlah BUS yang awalnya pada tahun 1992 hanya Bank Muamalat Indonesia sekarang pada awal tahun 2010 jumlah BUS di Indonesia ada 8 BUS yakni Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank BRI Syariah, Bank Bukopin Syariah, Bank Panin Syariah, Bank Victori Syariah dan Bank BCA Syariah. Selain itu juga terdapat 25 Unit Usaha Syariah (UUS) dan juga pertumbuhan perbankan syariah. Saat ini masih jelas bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang hanya mengetahui bahwa jenis kehalalan saja yang mengisyaratkan untuk beralih ke dalam perbankan syariah adanya fenomena ini jelas direspon oleh praktisi perbankan syariah untuk bisa mewujudkan sistem perbankan syariah yang tidak hanya mementingkan kehalalan tetapi juga kemaslahatan bagi seluruh umat manusia. Sampai bulan September 2010 posisi asset perbankan syariah di Indonesia masih pada kisaran Rp 83,545 triliun.

---

<sup>3</sup> “Dampak Krisis Keuangan Global Terhadap Indonesia”, *Republika*, h. 24

<sup>4</sup> Muhammad Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Jakarta: Kholam Publising, Februari 2008), h.204

Sedangkan untuk pertumbuhan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah yang pada akhir tahun 2005 hanya berjumlah 15,593 milyar menjadi 52,271 milyar pada akhir tahun 2009 dan bahkan pada september 2010, Dana Pihak Ketiga Bank Syariah menjadi 63,912 milyar rupiah<sup>5</sup>. Hal ini jelas menyatakan bahwa perkembangan syariah di Indonesia sudah sangat signifikan melihat market sharenya yang sudah semakin kian meningkat. Semakin tahunnya. Tetapi hal ini tidak terus memberikan dampak positif yang terus menerus dikarenakan banyaknya masyarakat yang belum mengetahui perbankan syariah pada umumnya. Walaupun bank syariah sudah bisa melewati badai krisis pada akhir tahun 1997 hal ini jelas suatu sistem yang baik serta harus tetap jelas dianalisis terlebih dahulu agar masyarakat lebih mengetahui dengan pasti tentang keunggulan yang ada di sistem perbankan syariah tersebut.

Ajaran agama Islam pun mengajarkan kepada kita, bagaimana berinteraksi antara manusia dengan tuhan (hablun minallah), dan bagaimana berinteraksi antara manusia dengan manusia yang lain (hablun minannas). Ajaran Islam merupakan system kehidupan yang bersifat komprehensif yang mengatur semua aspek, baik sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, *Statistik Perbankan Syariah September 2010*, (Jakarta: Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia, 2010), h.18

<sup>6</sup> Mustafa Edwin Nastuion, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2007), h. 1

Dengan banyaknya bank -bank syariah baik yang beroperasi secara *stand alone* maupun yang sudah menerapkan dual banking system, yang mana perbankan konvensional dengan sistem konvensional bisa membentuk unit-unit perbankan dengan sistem syariah merupakan sebuah fenomena tersendiri di negeri ini<sup>7</sup>. Pada dasarnya aktifitas Bank Syariah tidak jauh berbeda dengan aktifitas Bank Konvensional. Perbedaannya selain terletak pada orientasi konsep juga terletak pada konsep dasar operasionalnya yang berdasarkan pada ketentuan- ketentuan dalam islam<sup>8</sup>.

Sebagaimana Bank konvensional, bank islam juga mempunyai fungsi perantara *intermediary*, yaitu menjembatani kepentingan orang yang membutuhkan dana dengan yang memiliki kelebihan dana. Selain itu, bank islam juga mempunyai fungsi amanah sehingga berkewajiban menjaga dan bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap apabila dana tersebut ditarik kembali oleh nasabah sesuai dengan perjanjian<sup>9</sup>. Ciri khas sistem produk tabungan yang penting di perbankan syariah saat ini adalah harus tidak adanya unsur riba baik dalam bentuk berwujud maupun tidak berwujud agar ciri khas informasi yang diberikan kepada konsumen tetap terjaga.

---

<sup>7</sup> Faisal Baasir, *Indonesia Pasca Krisis: Catatan Positif dan Ekonomi* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2004), h. 161-162

<sup>8</sup> M. Amin Azis, *Mengembangkan Bank Islam di Indonesia*, (Jakarta: Bangkit, 1990), h.1

<sup>9</sup> Karnaen A. Perwataatmadja, *Membumikan Ekonomi Islam di Indonesia*, (Depok: Usaha Kami, 1996), Cet ke-1, h.40

Untuk itu, Menciptakan dan mempertahankan kesetiaan konsumen sudah menjadi tugas dan kewajiban bagi strategi pelayanan jasa pada setiap perusahaan. Konsumen yang loyal pada perusahaan dapat memberikan keuntungan yang sangat berarti bagi masa depan perusahaan. Setiap konsumen memiliki pandangan yang berbeda pada setiap perusahaan. Berdasarkan hal ini, kewajiban bagi perusahaan penyedia jasa menjadi bertambah untuk memahami konsumen dasar mereka.

Perbankan merupakan suatu jenis yang sangat unik. Keunikannya terletak pada peraturan yang sedemikian banyak untuk yang memagari seluruh jenis transaksinya. Hal ini sebenarnya merupakan tindakan preventif untuk mengamankan dana masyarakat yang dihimpun oleh bank, dan untuk menjaga agar bank tetap eksis sebagai lembaga kepercayaan masyarakat. Dari pihak internal bank, peraturan dibuat sedemikian rupa untuk menghindari resiko yang akan membawa kerugian materil ataupun immateril<sup>10</sup>. Akan tetapi, masih banyak masyarakat di Indonesia yang belum mengetahui bagaimana konsep cara kerja produk bank syariah khususnya pada produk tabungan saat ini. Maka dari itu, hal dasar bagi bank tersebut terlebih dahulu harus bisa memasarkan nama merk (Brand) produk tabungannya yaitu Wadiah Yad Dhamanah dan Mudharabah Mutlaqah agar masyarakat bisa mengenalnya.

---

<sup>10</sup> Sunarto Zulkifli, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2003), h. 58

Hal itu dikarenakan merk (Brand) mempresentasikan keseluruhan persepsi terhadap merk dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merk itu. Kottler dan Fox mendefinisikan citra (Image) sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan- kesan dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Citra (Image) terhadap merk (Brand) berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merk. Hal yang perlu diperhatikan adalah bagaimana mempertahankan dan meningkatkan citra merk (Brand image) yang sudah positif<sup>11</sup>.

Di dalam produk salah satu pada tabungan bank syariah tersebut, Merk (Brand) dapat dikatakan sebagai sebagai sebuah nama, logo, dan symbol-simbol yang membedakan sebuah produk atau jasa dari produk pesaing. Namun sebenarnya merk memiliki cakupan yang lebih luas, karena berbagai karakter yang ditampilkannya akan mengarah pada sebuah identitas. Oleh karena itu, merk dapat dikatakan sebagai sekelompok keyakinan yang disodorkan oleh pemasar sebagai sebuah identitas merk (Brand Identity) dan yang diterima oleh konsumen adalah citra merk (Brand Image)<sup>12</sup>. Untuk itulah bagi suatu perusahaan seperti Bank Syariah hendaknya menyusun konsep yang strategis yang dapat menyelaraskan turbulensi lingkungan bisnis yang sarat akan persaingan dengan sasaran, strategi, dan program pemasaran.

---

<sup>11</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: KEncana, 2003), h. 180

<sup>12</sup> A.B.Susanto dan Himawan Wijanarko, *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, (Jakarta: PT Mizan Publika, 2004) h.15

Semua itu dapat dilakukan oleh suatu Bank Syariah dengan Resegmentation, Retargeting, dan Repositioning mengacu pada pengelompokkan ulang pasar, Retargeting memperbaharui pembidikan pasar sasaran (Target Market).

Sedangkan Repositioning berusaha membentuk citra (Image) baru yang jelas, berbeda, dan unggul secara relatif dibanding dengan merk produk tabungan lainnya di dalam perbankan syariah. Banyak para pakar atau ahli manajemen yang menyatakan bahwa inovasi merupakan salah satu jaminan untuk perusahaan dalam meningkatkan daya saingnya. Pernyataan tersebut banyak didukung dengan hasil penelitian atau bukti empiris. Berbagai indikator menunjukkan bahwa ketertinggalan dalam hal inovasi atau faktor terkaitnya lainnya bisa menyebabkan sebuah negara relatif tertinggal perkembangan ekonomi dan kesejahteraan rakyatnya. Tetapi bagaimana menyikapi dan mengantisipasi ketertinggalan tersebut melalui sebuah inovasi bukanlah suatu jawaban yang sederhana dan mudah<sup>13</sup>.

Dalam teori ekonomi “tradisional,” biaya komparatif produksi menentukan daya saing relatif pada tingkat perusahaan. Dalam hal ini, salah satu cara perusahaan menjadi kompetitif yang berdaya saing adalah dengan memproduksi lebih murah misalnya mengurangi berbagai macam biaya. Beragam studi belakangan ini menunjukkan secara konsisten bahwa faktor- faktor selain harga setidaknya sama pentingnya dengan faktor harga bahkan acapkali dipandang lebih penting sebagai penentu daya saing (*determinants of competitiveness*).

---

<sup>13</sup> Wika, *Impelementasi Teknonologi Untuk Keunggulan Kompetitif dalam Operasional Perusahaan*”, <http://wikablogspot.com>, 2011.

Patut diakui bahwa konsep daya saing yang paling diterima adalah pada tingkat mikro. Teori ekonomi mikro secara klasik mengajarkan bahwa dalam suatu arena persaingan bisnis, perusahaan yang pada dasarnya mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan (*profit*), Keberhasilan perusahaan diindikasikan oleh kemampuan keuntungannya atau profitabilitas (*profitability*). Jadi dalam bentuk yang paling sederhana, perusahaan yang tidak mampu untung (*unprofitable*) adalah perusahaan yang tidak berdaya saing atau tidak kompetitif<sup>14</sup>.

Semakin tinggi tingkat persaingan di dalam produk perbankan, tentu konsumen semakin diuntungkan karena banyaknya pilihan produk atau jasa yang ada. Oleh karena itu konsumen semakin kritis terhadap kualitas dari produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya kualitas yang dipentingkan oleh konsumen yang semakin kritis pada saat ini, melainkan juga kecepatan respon dan layanan yang diberikan oleh produsen. Selain itu, untuk memenangkan persaingan yang hiperkompetitif diperlukan visi terhadap perubahan, gangguan, kapabilitas dan taktik. Dengan semakin besarnya ketidakpastian di dalam bisnis, perusahaan juga diuntut untuk semakin mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik yang diperkirakan ataupun yang tidak diperkirakan. Saat ini keunggulan kompetitif berada pada modal manusia, yang mana kapasitas produktif menyatu di dalamnya, menjadikan modal manusia sumber utama keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

---

<sup>14</sup> Taufik Tatang, *Daya Saing Pada Tingkat Mikro*, <http://sistem-inonasi.blogspot.com>, 2011

Untuk itu dibutuhkan suatu sistem untuk mengukur modal manusia, perkembangannya, dan pengaruhnya terhadap hasil bisnis sehingga perusahaan mampu menghindari kecenderungan negatif dalam program investasi pengembangan manusia. Hal persaingan ini jelas diberlakukan di dalam dunia perbankan syariah yang selalu menggunakan analisisnya untuk menggunakan dana pihak ketiga agar dapat mendapatkan keuntungan yang maksimal dan juga berlandaskan prinsip syariah tentunya.

Berdasarkan persaingan pada produk tabungan di bank syariah seperti yang dikemukakan tersebut. Maka penulis ingin mengangkat judul "Tingkat Kompetitif antara produk Wadi'ah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang periode 2010-2013".

## **B. Rumusan Masalah**

Setiap produk tabungan di bank syariah pasti memiliki perbedaan. agar dapat memaksimalkan keuntungan bagi bank tersebut, untuk itu bank harus dapat menganalisa tingkat kompetitif produk yang ada pada Bank Tabungan Negara Syariah tersebut.

Berdasarkan asumsi diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

- a. Apa kekurangan dan kelebihan dari produk tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah di Bank Syariah Mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang periode 2010-2013 ?

- b. Faktor-faktor apa yang menyebabkan salah satu produk tersebut lebih diminati dalam kompetitif?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari produk tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah di Bank Syariah Mandiri kantor cabang 16 ilir Palembang periode 2010-2013
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab salah satu dari produk tersebut lebih diminati dalam kompetitifnya

### **2. Kegunaan Penelitian**

- a. Kegunaan Praktisi

Untuk memberikan penjelasan secara rinci kepada seluruh masyarakat agar lebih mengetahui bagaimana mekanisme produk tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang

- b. Kegunaan bagi Perusahaan

Agar Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang bisa memaksimalkan keuntungan yang di dapat dari analisa tingkat kompetitif antara produk tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah

### c. Manfaat Akademis

Adapun kegunaan akademis dari penelitian yaitu sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

## D. Telaah Pustaka

Review Studi Terdahulu Penelitian yang dilakukan oleh Irma Rahmawati (2008) yang skripsinya yang berjudul “ Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Manfaat Tabungan Permata Syariah ( Studi pada PT. Bank Permata Tbk Kantor Cabang Syariah ). “ Permata Bank merupakan salah satu bank nasional di Indonesia. Dalam hal ini, penulis tersebut menganalisis data kuantitatif yang menggunakan bentuk-bentuk kuisisioner berupa pertanyaan-pertanyaan yang menghasilkan angka-angka sehingga memudahkan untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalahnya tersebut. dapat disimpulkan dari skripsi ini bahwa gambaran umum nasabah terhadap produk tabungan permata pendidikan syariah adalah “positif” dengan nilai mean/rata –rata 3,5 pada perhitungan skornya dan sebesar 57% gambaran umum nasabah masuk kedalam kategori positif. Tentu Jelas hal ini dapat dilandasi oleh banyaknya masyarakat yang merencanakan biaya pendidikan anak dan juga investasi serta tentu untuk meminimalkan resiko yang ada tentunya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wita Anisa ( 2005 ) yang skripsinya yang berjudul “ mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan costumer service pada PT. BPR Sukasada Palembang.”

Skripsi ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan customer service pada PT. BPR Sukasada Palembang, diantaranya pada sisi kualitas produk, murahnya prosedur menabung. Kualitas pelayanan, faktor emosional dan adanya hadiah bagi nasabah yang sudah lama menabung. Untuk mengacu kepuasan nasabah, maka praktisi perbankan syariah harus mengetahui keinginan nasabah agar merasa puas atas pelayanan yang di berikan. Dan kemudian tentu juga akan memelihara hubungan antara bank dengan nasabah tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Lisa Priyanti (2008) yang skripsinya yang berjudul “Analisis Produk Tabungan Dinas Sebagai Implementasi Konsep Wadi’ah” . Skripsi ini membahas tentang bagaimana pentingnya menjaga amanah dari masyarakat untuk bisa memajukan keuangan masyarakat itu sendiri dengan adanya berbagai macam ketentuan yang berlaku di dalam suatu sistem di Wakala Induk Nusantara Tersebut. Dari kesimpulan skripsi tersebut bahwa nasabah setuju dan mengikatkan diri serta memenuhi ketentuan –ketentuan yang tercantum pada pasal –pasal , dimana didalamnya waktu pelayana penitipan dan pengambilan, biaya administrasi, pembayaran untuk biaya penitipan, penggantian nasabah apabila nasabah meninggal dunia dan ditandatangani formulir penitipan uang dinar oleh nasabah dalam tabungan dinar yang dikelola wakala induk nusantara tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Zidni Robby Rodliyya (2008) yang skripsinya berjudul “Pengaruh Jumlah Kantor Layanan Syariah Terhadap Penghimpunan Dana Pihak Ketiga Pada BNI Syariah.” Skripsi ini membahas tentang bagaimana pentingnya dana pihak ketiga sehingga bisa menambah jumlah unit kantor pada BNI syariah tersebut sehingga tentu bisa meningkatkan aset yang semakin besar pula. Dalam skripsi ini dapat memberi kesimpulan bahwa layanan syariah memberikan pengaruh yang signifikan bagi peningkatan dana pihak ketiga BNI syariah.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa antara jumlah kantor layanan syariah memiliki hubungan yang kuat dengan jumlah dana pihak ketiga yang dikumpulkan BNI syariah dengan nilai koefisien korelasi 0,743. Uji koefisien determinasi menunjukkan angka 0,552 yang berarti 55,2% dana pihak ketiga kantor layanan syariah dipengaruhi oleh jumlah kantor layanan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Budi Rahman Wardana (2008) yang skripsinya yang berjudul “ Efektifitas Model Penghimpunan Dana Pihak Ketiga ( Studi Kasus Kartu Shar – E PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. ) “ skripsi ini membahas tentang bagaimana sistem penghimpunan dana yang aman bagi masyarakat sehingga terhindar dari bentuk penyimpangan dari berbagai macam transaksi yang haram dan meminimalkan resiko yang ada bagi nasabah tersebut. Dengan hal ini nasabah tentu akan minat menabung di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Dalam skripsi ini memberikan kesimpulan bahwa secara umum model penghimpunan dana pada Bank Muamalat Indonesia terbagi dua yaitu produk dana investasi dan produk dana simpanan. Hal ini didasari oleh adanya nasabah yang hanya memiliki motif untuk menyimpan saja, tanpa memiliki niat untuk memperoleh hasil investasi tertentu dan juga nasabah yang sebaliknya yaitu nasabah yang ingin berinvestasi dengan memikirkan dampak keuntungan maupun kerugian yang ada. Adapun perbedaan dari skripsi tersebut yaitu di dalam penelitian ini, penulis menjelaskan betapa pentingnya produk penghimpunan dana dalam akad Wadiah Yad Dhamanah di dalam suatu perbankan khususnya diperuntukkan oleh Bank Permata Syariah mengingatkan bahwa akad Mudharabah bisa menimbulkan kerugian.

Dalam hal ini jelas akad Wadiah Yad Dhamanah bisa meminimalkan tingkat resiko yang ada ketika di dalam Bank Permata Syariah mengalami kerugian dalam melakukan kegiatan bisnisnya yang berprinsip syariah.

#### **E. Kerangka Teori**

Ilmu tentang perbankan sangat dinamis karena perubahan perekonomian dan keuangan suatu Negara sangat berpengaruh terhadap kondisi lembaga keuangan di Negara tersebut. Kondisi ini terjadi pada Negara kita, dimana perubahan besar perekonomian di Indonesia, ternyata berdampak langsung pada perbankan serta sektor – sektor lain. Ajaran Islam merupakan sistem kehidupan yang bersifat komprehensif yang mengatur semua aspek, baik sosial, ekonomi, dan politik maupun kehidupan yang bersifat spiritual.

Dengan banyaknya bank-bank syariah baik yang beroperasi secara stand alone maupun yang sudah menerapkan dual banking sistem, yang mana perbankan konvensional dengan sistem konvensional bisa membentuk unit-unit perbankan dengan sistem syariah merupakan sebuah fenomena tersendiri di negeri ini.

Untuk menjawab semua kebutuhan masyarakat Indonesia, perbankan syariah pun mengeluarkan produk yang bernama tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah dan Mudharabah Mutlaqah. Dengan penelitian ini, juga akan membahas mengenai bagaimana tingkat pemasaran dari produk tabungan Wadi'ah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah di Bank Syariah Mandiri (BSM) kantor cabang 16 ilir Palembang periode 2010-2013 serta bagaimana strategi peningkatan pemasaran antara produk Wadi'ah Yad Dhamanah Dengan Mudharabah Mutlaqah.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif analitis. Dalam hal ini dengan cara mendeskripsikan dua konsep produk tabungan di Bank Syariah Mandiri yang berakad Wadi'ah Yad Dhamanah dan Mudharabah Mutlaqah dalam konteks pemasaran kepada masyarakat. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berupa kata-kata atau bukan angka-angka walaupun ada angka-angka sifatnya sebagai penunjang.

Sedangkan metode deskriptis analitis adalah penelitian yang menggambarkan data-data informasi berdasarkan fakta yang diperoleh di lapangan. Tujuan dari menganalisis kedua hal ini adalah untuk membuat deskripsi antara dua objek sesuai dengan fakta yang ada agar masyarakat bisa mendapatkan informasi yang jelas ketika membuat tabungan di Bank Syariah Mandiri.

## **2. Pendekatan Penelitian**

Adapun tipe atau pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa Survei dan Wawancara pada Bank Syariah Mandiri

## **3. Jenis dan Sumber Data**

Penulis menggunakan dua jenis sumber data, yaitu:

### **a. Data primer**

Merupakan data yang diperoleh langsung dari hasil wawancara pihak praktisi BSM, yaitu hasil pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Penulis secara langsung mengadakan wawancara.

### **b. Data sekunder**

Adalah data yang diperoleh dari literature-literature kepustakaan seperti buku-buku, artikel, surat kabar, internet serta sumber lainnya yang berkaitan dengan materi penulis skripsi ini<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), h.84

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih terarah dalam pembahasan skripsi ini, penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan masing – masing bab. Penulis membaginya menjadi 5 ( lima ) bab, yang masing – masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB I. Pendahuluan,** berisi uraian tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan

**BAB II. Landasan Pustaka,** yang menguraikan pengertian Wadi'ah dan Mudharabah, rukun dan macam Wadi'ah dan Mudharabah, ketentuan-ketentuan yang digunakan dalam perbankan, serta hal-hal yang berkaitan dengan judul skripsi.

**BAB III. Sejarah Perusahaan,** membahas tentang sejarah berdirinya PT Bank Syariah Mandiri, visi misi, strategi perusahaan, serta produk pendanaan.

**BAB IV. Hasil Penelitian dan analisa data** terdiri dari strategi peningkatan pemasaran dan tingkat pemasaran antar produk tabungan Wadiah Yad Dhamanah dengan Mudharabah Mutlaqah di Bank Syariah Mandiri, faktor-faktor yang mempengaruhi produk tabungan BSM lebih unggul.

**BAB V. Penutup.** Dalam bab kelima ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi : kesimpulan dan saran-saran dari penulis mengenai hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini.