

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

1.1.1 Bank Syariah

1.1.1.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 7 tentang perbankan syariah, “bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Syariah”.

Sedangkan Ismail (2016:39) menyatakan, “Bank syariah merupakan lembaga perantara keuangan yang mempertemukan pihak yang kelebihan dana (unit surplus) dengan pihak yang kekurangan dana (unit defisit) sesuai dengan prinsip syariah islam”.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan bank yang dalam menjalankan kegiatan usahanya (menghimpun dan menyalurkan dana serta memberikan layanan jasa) berdasarkan prinsip syariah islam.

1.1.1.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Disamping pengertian diatas bank syariah juga memiliki tujuan yaitu menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat berasaskan prinsip

syariah. Adapun fungsi utama bank syariah menurut Andrianto dan Anang (2019:28) yaitu sebagai berikut :

1. Fungsi bank syariah untuk menghimpun dana masyarakat

Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *al-mudharabah*.

2. Fungsi bank syariah sebagai penyalur dana kepada masyarakat

Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah dalam hal ini bank syariah akan memperoleh *return* atas dana yang disalurkan. *Return* atau pendapatan yang diperoleh bank syariah atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya.

3. Fungsi bank syariah memberikan pelayanan jasa bank

Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga dan lain sebagainya.

4. Fungsi Sosial

Dalam konsep perbankan syariah mengharuskan bank-bank syariah memberikan pelayanan sosial apakah melalui dana Qard (pinjaman kebajikan) atau zakat dan dana sumbangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

1.1.1.3 Karakteristik Bank Syariah

Menurut Andri (2017:63) secara fundamental bank syariah memiliki beberapa karakteristik, yaitu sebagai berikut :

1. Penghapusan riba.
2. Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
3. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersial syariah menerapkan *profit and loss sharing* dalam konsinyiasi, ventura, bisnis, atau industri.
4. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
5. Bagi hasil cenderung mempererat hubungan antara bank syariah dan pengusaha.
6. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antar bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.

1.1.1.4 Jenis Bank Syariah

Menurut Andri (2017:51) bank syariah dapat dibagi ke dalam beberapa jenis yaitu sebagai berikut :

1. Jenis bank syariah ditinjau dari segi fungsinya

a. Bank Umum Syariah

Bank umum syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya melaksanakan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah dan melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatannya berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa dibidang syariah. Bank umum syariah disebut juga dengan *full branch*, karena tidak dibawah koordinasi bank konvensional, sehingga aktivitasnya terpisah dengan konvensional. Bank umum syariah dapat dimiliki oleh bank konvensional, akan tetapi aktivitas serta pelaporannya terpisah dengan induk banknya.

b. Unit Usaha Syariah

Unit usaha syariah merupakan unit usaha yang dibentuk oleh bank konvensional, akan tetapi dalam aktivitasnya menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah, serta melaksanakan kegiatan lalu lintas pembayaran. Unit usaha syariah adalah unit kerja dari kantor pusat bank umum konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau unit kerja di kantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan di luar negeri yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah dan/atau unit syariah. Unit usaha syariah berada satu tingkat di bawah

direksi bank umum konvensional bersangkutan. Unit usaha syariah dapat beurasaha sebagai bank devisa dan bank non devisa.

c. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tidak dapat melaksanakan transaksi lalu lintas pembayaran atau transaksi dalam lalu lintas giral. Fungsi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah pada umumnya terbatas hanya pada penghimpunan dana dan penyaluran dana.

2. Jenis bank syariah ditinjau dari segi statusnya

a. Bank Devisa

Bank devisa merupakan bank syariah yang dapat melakukan aktivitas transaksi ke luar negeri dan atau transaksi yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan. Produk yang ditawarkan oleh bank devisa lebih lengkap disbanding produk yang ditawarkan oleh bank non devisa.

b. Bank Non Devisa

Bank non devisa merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan seperti bank devisa. Transaksi yang dilakukan oleh bank non devisa masih terbatas pada transaksi dalam negeri dan atau transaksi dalam mata uang rupiah saja. Bank non devisa dapat mengubah

statusnya menjadi bank devisa apabila memenuhi persyaratan yaitu telah memperoleh keuntungan dua tahun terakhir secara berturut-turut.

3. Jenis bank syariah ditinjau dari segi levelnya

a. Kantor Pusat

Kantor pusat merupakan kantor yang menjadi pusat dari kantor cabang diseluruh wilayah negara maupun kantor cabang yang ada di negara lain. Setiap bank hanya memiliki satu kantor pusat yang berlokasi di negara di mana bank syariah didirikan. Tugas utama kantor pusat bank syariah antara lain menyusun kebijakan operasional bank secara keseluruhan, membuat perencanaan strategis, dan melakukan pengawasan terhadap operasional yang terjadi di kantor cabang bank syariah.

b. Kantor Wilayah

Kantor wilayah merupakan perwakilan dari kantor pusat yang membawahi suatu wilayah tertentu. Pembagian kantor wilayah didasarkan pada besar kecilnya bank maupun wilayah yang menjadi target pemasarannya. Kantor wilayah tidak melayani transaksi perbankan secara langsung, akan tetapi sebagai koordinator dari kantor cabang dalam mencapai target penghimpunan dana, penyaluran dana, maupun pelayanan jasa. Kantor wilayah bank dibagi berdasarkan area, misalnya kantor wilayah Jakarta, kantor wilayah Indonesia Timur dan lainnya.

c. Kantor Cabang

Kantor cabang penuh merupakan kantor cabang yang diberi kewenangan oleh kantor pusat atau kantor wilayah untuk melakukan

semua transaksi perbankan. Dengan kata lain, semua transaksi perbankan dapat dilakukan oleh kantor cabang penuh. Kantor cabang penuh menawarkan semua produk baik produk penghimpunan dana, penyaluran dana, dan pelayanan jasa perbankan. Kantor cabang penuh membawahi kantor cabang pembantu dan kantor kas, oleh karena itu kantor cabang pembantu dan kantor kas bertanggung jawab kepada kantor cabang penuh dalam melakukan aktivitas operasionalnya.

d. Kantor Cabang Pembantu

Pada umumnya, kantor cabang pembantu lebih memfokuskan pada aktivitas penghimpunan dana pihak ketiga saja. Dalam hal ini pembiayaan, kantor cabang pembantu hanya diberi kewenangan untuk mencari calon nasabah. Keputusan persetujuan maupun penolakan pembiayaan dilakukan oleh kantor cabang. Pimpinan kantor cabang pembantu menjadi salah satu komite pembiayaan.

e. Kantor Kas

Kantor kas merupakan kantor cabang yang paling kecil, karena aktivitas yang dapat dilakukan oleh kantor kas pada mulanya hanya meliputi transaksi yang terkait dengan tabungan baik setoran dan penarikan tunai. Transaksi lain, seperti pembukaan simpanan giro wadiah, deposito mudharabah, pemberian pembiayaan, pelayanan transfer, kliring, inkaso, ditangani oleh kantor cabang penuh sebagai induknya.

1.1.2 *Funding Officer*

1.1.2.1 Pengertian *Funding Officer*

Di dalam dunia perbankan fungsi jabatan *Marketing Funding* juga sering disebut dengan *Funding Officer*. *Funding Officer* pada pemasaran jasa lebih dilihat sebagai *outcome* dari kegiatan distribusi dan logistic, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan.

Menurut Abdul (2015:403) “*Funding Officer* adalah personil yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan masyarakat dalam mengumpulkan dana dari masyarakat sebagai sumber dana dalam melakukan aktivitas usahanya”.

1.1.2.2 Fungsi *Funding Officer*

Sebagai seorang *Funding Officer* tentu telah ditetapkan fungsi yang harus diembannya. Fungsi ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Menurut Abdul (2015:403) dalam praktiknya fungsi *Funding Officer* adalah :

- a. Untuk mencari nasabah (pihak ketiga) yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpan dananya ke bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Produk bank yang dimaksud dibagi menjadi tiga kategori, yaitu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro dan simpanan deposito.

- b. Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia diluar perbankan itu sendiri.

1.1.2.3 Tugas dan Tanggung Jawab *Funding Officer*

Abdul (2015:404) menyatakan bahwa tugas dan tanggung seorang *Funding Officer*, yaitu :

- a. *Funding Officer* sendiri bertanggung jawab pada pencapaian target bidang usaha *Funding* (pendanaan). Seorang *Funding Officer* akan diberikan target dari suatu bank yang mempekerjakannya untuk dapat menghimpun dana sebanyak-banyaknya dari nasabah. Dana tersebut merupakan dana pihak ketiga yang terdiri dari simpanan tabungan, giro dan deposito.
- b. Seorang *Funding Officer* dituntut untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik, memiliki kemampuan untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah maupun calon nasabah, memiliki keahlian dalam menganalisa calon nasabah dari segi kebutuhan nasabah, memiliki *interpersonal skill* yang baik, serta mampu untuk menjalin atau memperluas jaringan atau *networking*, berorientasi pada target yang ditetapkan.

1.1.3 Tabungan

1.1.3.1 Pengertian Tabungan

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan mendefinisikan tabungan sebagai berikut :

“Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu”.

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah mendefinisikan tabungan sebagai berikut :

“Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadiah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu”.

Menurut Ali (2015:12) jenis tabungan pada bank syariah ada dua jenis, yaitu sebagai berikut :

1. Tabungan *wadiah* adalah jenis simpanan dari nasabah yang memerlukan jasa penitipan dana dengan tingkat keleluasaan penarikan dana tertentu. Biasanya menggunakan prinsip *wadiah yad-dhamanah* di mana pihak bank memperoleh izin dari nasabah untuk menggunakan dana tersebut selama mengendap di bank.
2. Tabungan *mudharabah* adalah investasi tidak terikat pada dana pihak ketiga yang ada di bank syariah, di mana penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa tabungan merupakan simpanan yang bersumber dari dana pihak ketiga yang dapat ditarik kapan saja berdasarkan kesepakatan yang telah disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek ataupun bilyet giro, pada bank syariah tabungan simpanan menggunakan akad *wadiah* dan *mudharabah*.

1.1.3.2 Jenis Akad dalam Tabungan

Menurut Thamrin dan Sintha (2018:187) akad pada tabungan dibagi menjadi beberapa jenis yaitu sebagai berikut :

1. Akad *Wadiah*

Wadiah merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendaki. *Wadiah* dibedakan ke dalam dua jenis yaitu :

- a. *Wadiah Yad-amanah* merupakan titipan dimana penerima titipan tidak boleh memanfaatkan barang titipan tersebut sampai diambil kembali oleh penitip.
- b. *Wadiah Yad-dhamanah* merupakan titipan dimana barang titipan selama belum dikembalikan kepada penitip dapat dimanfaatkan oleh penerima titipan. Apabila dari hasil pemanfaatan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak penerima titipan.

2. Akad *Mudharabah*

Mudharabah merupakan akad kerjasama antara dua pihak, di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola. Keuntungan dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, apabila rugi maka akan ditanggung pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat dari kelalaian si pengelola. Apabila kerugian diakibatkan oleh kelalaian pengelola, maka si pengelolah yang bertanggung jawab. *Mudharabah* terbagi menjadi dua jenis, yaitu :

- a. *Mudharabah Mutlaqah* merupakan kerjasama antara pihak pertama dengan pihak lain yang cakupannya lebih luas. Maksudnya tidak dibatasi oleh waktu, spesifikasi usaha, dan daerah bisnis.
- b. *Mudharabah Muqayyadah* merupakan kebalikan dari *mudharabah mutlaqah* di mana pihak lain dibatasi oleh waktu, spesifikasi dan daerah bisnis.

1.1.4 Bauran Pemasaran

Menurut Andrianto dan Anang (2019:142), “bauran pemasaran merupakan suatu kumpulan dari variabel-variabel pemasaran sebagai suatu alat perusahaan untuk mencapai target pasar”. Adapun komponen-komponen dari bauran pemasaran, yaitu sebagai berikut :

1. *Product* atau Produk

Produk merupakan barang atau segala sesuatu yang bisa dipasarkan atau ditawarkan pada konsumen. Di mana, produk ini mulai dari barang yang bisa dikonsumsi hingga digunakan misalnya barang atau mesin.

2. *Price* atau Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkannya. Harga sendiri diukur dari nilai yang dirasakan oleh konsumen dari hasil produk yang ditawarkan.

3. *Place* atau Saluran Distribusi

Tempat merupakan sebuah aktivitas perusahaan dalam membuat produk yang disediakan untuk konsumen sasaran. Tempat dianggap sangat penting

karena konsumen membutuhkan produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut maka tempatnya jelas dan diketahui banyak orang.

4. *Promotion* atau Promosi

Promosi merupakan satu-satunya alat bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran yang sudah ditargetkan. Hal ini dilakukan untuk mencapai sasaran dari pemasaran perusahaan. Alat promosi ini dapat dilakukan dengan :

a. Periklanan

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti brosur, surat kabar, televisi dan sebagainya.

b. *Sales Promotion* atau Promosi Penjualan

Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah agar segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Agar nasabah tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan, maka perlu dilakukan promosi penjualan yang semenarik mungkin.

c. Publisitas

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk menarik nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial serta kegiatan lainnya. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank dimata para nasabahnya.

d. *Personal selling* atau penjualan pribadi

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi dilakukan oleh semua karyawan bank. Tetapi kegiatan promosi dengan penjualan pribadi lebih banyak dilakukan oleh bagian *funding officer* dan *customer service*. Dalam hal ini *funding officer* dan *customer service* memegang peranan sebagai pembina hubungan dengan masyarakat atau *public relations*.

1.1.4.1 Pengertian *Personal Selling*

Menurut Sri (2017:272), “*personal selling* merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan”.

Sedangkan menurut Anang (2020:223), mendefinisikan *personal selling* sebagai berikut :

“*Personal selling* adalah suatu bentuk promosi penjualan yang dilakukan secara dua arah, tatap muka atau penyajian presentase pribadi secara langsung antara penjual dengan pembeli untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan, membujuk dan mempengaruhi calon pembeli dengan tujuan terciptanya suatu penjualan”.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *personal selling* merupakan strategi penjualan yang efektif dengan cara *door to door* ke tempat calon pelanggan bisnis dengan tujuan menarik minat calon pelanggan bisnis untuk membeli produk yang ditawarkan.

1.1.4.2 Sifat *Personal Selling*

Menurut Sri (2017:272) *personal selling* mempunyai beberapa sifat, yaitu sebagai berikut :

1. Tatap muka secara perorangan (*Conversations*), yaitu penjualan seseorang mencakup hubungan yang hidup langsung dan bersifat timbal balik antara dua orang atau lebih.
2. Pemupukan (*Cultivation*), yaitu penjualan perorangan memungkinkan timbulnya berbagai macam hubungan yang erat. Seorang wiraniaga yang efektif biasanya mengingat-ingat minat dari konsumennya, jika mereka menghendaki hubungan yang langgeng.
3. Tanggap balik (*Response*), yaitu penjualan perorangan yang menjadikan pembeli merasa berkewajiban untuk mendengarkan apa yang dibicarakan oleh seorang wiraniaga. Dengan ini diharapkan konsumen akan memberikan tanggapannya.

1.1.4.3 Fungsi *Personal Selling*

Menurut Sri (2017:295) adapun fungsi dari *personal selling* yaitu sebagai berikut :

1. Mencari calon pembeli (*prospecting*), *personal selling* setuju untuk mencari pelanggan bisnis baru yang kemudian dijadikan sebagai pelanggan bisnis potensial bagi perusahaannya.
2. Komunikasi (*communication*), *personal selling* memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan bisnis tentang produk yang jelas dan tepat.
3. Penjualan (*selling*), *personal selling* harus tahu seni menjual, mendekati pelanggan bisnis sasaran, mempresentasikan produk, menjawab keberatan-keberatan, menutup penjualan.

4. Mengumpulkan informasi (*information gathering*), *personal selling* melakukan riset pasar sehingga mendapatkan informasi tentang pelanggan bisnis dan keadaan pasar serta membuat laporan kunjungan baik yang akan dilakukan maupun yang tidak dilakukan.
5. Pelayanan (*servicing*), *personal selling* melakukan pelayanan kepada pelanggan bisnis, mengkomunikasikan masalah pelanggan bisnis, memberikan bantuan teknis dan melakukan pengiriman.
6. Pengalokasian (*allocation*), *personal selling* setuju untuk memutuskan pelanggan bisnis mana yang akan lebih dulu memperoleh produk bila terjadi kekurangan produk pada produsen.

1.1.4.4 Manfaat *Personal Selling*

Menurut Anang (2020:226) manfaat dari diselenggarakannya *personal selling* yaitu antara lain:

1. Penjualan perorangan menciptakan tingkat perhatian pelanggan yang relative tinggi, karena dalam situasi tatap muka sulit bagi calon pembeli untuk menghindari pesan wiraniaga.
2. Memungkin wiraniaga untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan khusus pelanggan.
3. Karakteristik komunikasi dua arah dari penjualan perorangan langsung menghasilkan umpan balik, sehingga wiraniaga yang cermat dapat mengetahui apakah presentasi penjualannya bekerja atau tidak.

4. Penjualan perorangan memungkinkan wiraniaga mengkomunikasikan sejumlah besar informasi teknis dan kompleks dari pada metode promosi lainnya.

Jadi dapat disimpulkan dari penjelasan diatas, bahwa sistem jemput bola merupakan salah satu bentuk dari fungsi *personal selling* yaitu *servicing* atau pelayanan, dimana sistem layanan ini dilakukan dengan cara mendatangi langsung pelanggan bisnis maupun calon pelanggan bisnis seperti halnya di lembaga keuangan bank, bagian *marketing funding* melakukan penghimpunan dana tabungan dengan cara mendatangi nasabah secara langsung ke tempat usaha, rumah dan kantor nasabah.

1.1.5 Sistem Jemput Bola

Menurut Nurul dan Khamim (2017:167) “sistem jemput bola adalah sistem pemasaran dimana tim marketing mendatangi atau mencari pelanggan dengan cara apapun yang efektif untuk menabung maupun mengangsur”.

Adapun cara untuk melaksanakan sistem jemput bola agar tepat pada sasaran dan mencapai hasil yang diharapkan, yaitu sebagai berikut :

- a. Layanan Pesan Antar

Layanan pesan antar jelas akan memudahkan pelanggan untuk mendapatkan produk tanpa harus datang ke bank. Kemudahan ini akan dimanfaatkan dengan baik oleh pelanggan sehingga akan menambah pendapatan operasional.

b. Penawaran Produk Menggunakan Teknologi Komunikasi

Dengan perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat membuat bank memiliki banyak pilihan untuk memanfaatkan teknologi tersebut untuk menawarkan dan menjual produk-produk bank.

c. Terjun Langsung Kelapangan

Terjun langsung kelapangan bisa dengan memanfaatkan jasa penjualan produk, baik secara *freelance* atau dengan memanfaatkan tenaga kerja yang sudah ada untuk secara rutin berkeliling mendatangi para pelanggan.

Sistem jemput bola bukan hanya dilakukan untuk menambah jumlah nasabah sehingga mampu meningkatkan pendapatan operasional suatu lembaga keuangan namun juga dilakukan untuk membuat nasabah setia dengan memberikan pelayanan yang baik serta maksimal. Kelayakan petugas *funding officer* menjadi ujung terwujudnya kesetiaan nasabah pada bank, ketika nasabah merasa dihormati dan dihargai maka nasabah akan memberikan perlakuan yang sama.

Penggunaan sistem jemput bola bukan hanya untuk menawarkan produk yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan bank, namun juga menjual lembaga keuangan bank itu sendiri kepada masyarakat. Sehingga nasabah tidak hanya mempercayai dana yang mereka titipkan kepada petugas *funding officer* namun juga mempercayakan kepada semua elemen operasional yang ada didalamnya.

Pada kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, sistem pemasaran dengan jemput bola sudah merupakan kebutuhan yang tidak bisa dihindari.

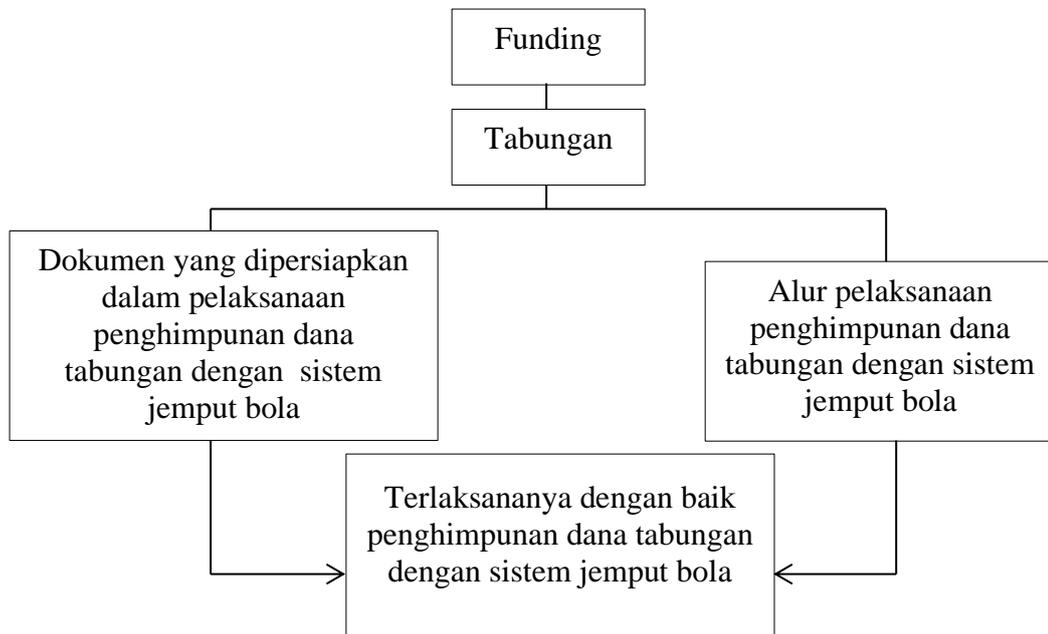
Tujuannya yaitu untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

1.2 Pendekatan Masalah

Bank syariah merupakan lembaga keuangan bank yang dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah islam. Kegiatan usaha bank syariah yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kepada masyarakat serta memberikan pelayanan jasa mengenai lalu lintas pembayaran.

Bank syariah sebagai lembaga keuangan memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat. Kegiatan bank dalam menghimpun dana tersebut disebut dengan *funding*. Salah satu produk penghimpun dana yang banyak diminati oleh masyarakat adalah tabungan. Tabungan merupakan simpanan yang dapat ditarik kapan saja sesuai dengan syarat dan ketentuan yang disepakati tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat yang dipersamakan dengan itu. Pada bank syariah simpanan tabungan menggunakan prinsip akad *al-wadiah yadh dhamanah* dan *mudharabah mutlaqah*.

Dalam menghimpun dana tabungan, bank syariah memberikan kemudahan kepada nasabahnya melalui sistem layanan jemput bola di mana nasabah dapat melakukan penyetoran dana dimana pun dan kapan pun tanpa datang langsung ke bank melainkan bagian marketing yang akan datang menemui nasabah tersebut. Adapun skema pendekatan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :



Sumber: data diolah oleh penulis

Gambar 2.1
Skema Pendekatan Masalah