

**IMPLEMENTASI *SHARIA MARKETING MIX* DI BANK
MUAMALAT CABANG MAS MANSYUR SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

TONO WIDIATMOKO

NIM : 201415024

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

**IMPLEMENTASI *SHARIA MARKETING MIX* DI BANK
MUAMALAT CABANG MAS MANSYUR SURABAYA**

SKRISI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Kelulusan Program
Sarjana Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Surabaya



Disusun Oleh :

TONO WIDIATMOKO

NIM : 201415024

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tono Widiatmoko

NIM : 201415024

Adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul "IMPLEMENTASI *SHARIA MARKETING MIX* DI BANK MUAMALAT CABANG MAS MANSYUR SURABAYA" adalah hasil karya saya sendiri. Dan apabila dikemudian hari ternyata skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi akademis maupun sanksi hukum.

Surabaya, 13 Februari 2019

Yang menyatakan,



TONO WIDIATMOKO
NIM: 2014 150 24

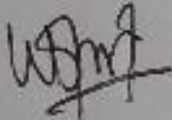
PERSETUJUAN

Skripsi ini telah di priksa dan distujui isi serta susunannya, schingga dapat diajukan dalam ujian sidang skripsi pada program Studi S.I Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 07 Februari 2019

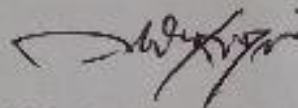
Menyutujui,

Pembimbing I



Abdul Wahab, M.E.I

Pembimbing II



Abdul Mujib, M.M

Mengetahui,

Ketua Program Studi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
SURABAYA

Rukhul Amin, M.S.I

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dibahas dan dipetahankan dalam sidang munaqosah Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 13 Februari 2019

Tempat : Kampus FAI UMSurabaya Jl. Sutorejo, No. 59 Surabaya.

Dan sidang telah menerima sebagai pelengkap tugas dan salah satu syarat Ujin Akhir Program Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam UMSurabaya.

Maka dengan ini kami sahkan hasil sidang Munaqosah Tersebut.

Surabaya, 13 Februari 2019

Majelis Ujian Skripsi :

Ketua Penguji

Anggota

Anggota

Abdul Wahab, M.E.I

M. Nasyah Agus Saputra, M.E.I

Tiara Anindya V, M.Sei

Mengetahui,
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Isah Anshori, M.Ag

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi Studi S.1 Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya, tahun 2018 dengan judul penelitian “IMPLEMENTASI SYARIAH MARKETING MIX DI BANK MUAMALAT CABANG MAS MANSYUR SURABAYA.

Dalam penyusunan karya tulis ini penulis mendapat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak untuk itu perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Universitas Muhammadiyah Surabaya yang merupakan kampus tempat saya menuntut ilmu
2. Dr. Dr. Sukadiono, M.M selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Bapak Isa Anshori, M.Ag selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Rukhul Amin, MSI selaku Ketua Program Studi S.1 Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam yang telah memberikan kelancaran dalam pelaksanaan penelitian.
5. Bapak Abdul Wahab, M.E.I selaku Dosen pembimbing Skripsi I dan Bapak Abdul Mujib, M.M selaku Dosen pembimbing Skripsi II.
6. Bapak Tamat Anshori dan Ustad Sudarno Hadi, S.Ag selaku pengurus Dewan Da'wah Islamiyah Jawa Timur.

7. Teman-teman Program studi Perbankan Syariah S1 Angkatan 2014 yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan serta semangatnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman Anggota Tapak Suci Cabang 19 UMSurabaya angkatan 2012-2017 yang sudah mengajarkan bagai mana berorganisasi dan memimpin suatu Organisasi.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat mengharapkan saran maupun kritikan demi sempurnanya skripsi ini. Mudah mudahan skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya bagi pembaca pada umumnya, dan sekiranya skripsi ini dapat menjadi salah satu bentuk sumbangan bagi perkembangan Ilmu pengetahuan terutama di bidang ekonomi islam.

Surabaya, 13 Februari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

NOTA PEMBIMBING.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	xiii
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	1
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penelitian Terdahulu.....	10
F. Definisi Oprasional.....	13
1. Implementasi.....	13
2. Sharia Marketing Mix.....	14
3. Bank Syariah.....	14
G. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Pengertian Sharia Marketing Mix.....	16
B. Prinsip-Prinsip dan Etika Dalam Sharia Marketing Mix.....	18
1. Mengembangkan Organisasi berbasis Spiritual (perusahaan) / <i>Develop a. Spiritual-Based Organization (Company)</i>	18

2. Hormati Pesaing Anda (pesaing) / <i>Be Respectful to Your Competitors (Competitor)</i>	18
3. Munculnya Paradok Gelobal Pelanggan (pelanggan) / <i>The Emergence of Customers Global Paradox (Customer)</i>	19
4. Mengembangkan Organisasi Yang Berbasis Spiritual (Perusahaan) / <i>Develop a Spiritual-Based Organization (Company)</i>	19
5. <i>Melihat Pasar Secara Universal (segmentasi) View Market Universally / (Segmentation)</i>	20
6. Target Hati dan Jiwa Pelanggan (target) / <i>Target Customer"s Heart and Soul (Targeting)</i>	20
7. Membangun Sistem Kepercayaan / <i>Build a Belief System (Positioning)</i>	20
8. Berbeda Dengan Dirimu Sendiri Dengan Paket Konten dan Konteks Yang Baik (Diferensiasi) / <i>Differ Yourself with A Good Package of Content and Context (Differentiation)</i>	21
9. Jujurlah Kamu Dengan 4P (<i>marketing mix</i>) / <i>Be Honest with Your 4 Ps (Marketing-Mix)</i>	21
10. Mempraktikan Penjualan Berbasis Hubungan (penjualan) / <i>Practice a Relationship-Based Selling (Selling)</i>	22
11. Gunakan Karakter Merek Spiritual (merek) / <i>Use a Spiritual Brand Character (Brand)</i>	22
12. Layanan Harus Memiliki Kemampuan Melakukan Mengubah / <i>Service Should Have the Ability to Transfrom (Service)</i>	23
13. Mempraktikan Proses Bisnis Yang Handal (proses) / <i>Practice a Reliable Business Process (Process)</i>	23
14. Buat Nilai Yang Seimbang Untuk Pemangku Kepentingan Anda (kartu sekor) / <i>Create A Balanced value to Your Stakeholders (Scorecard)</i>	23
15. <i>Menciptakan Penyebab Yang Mulia (inspirasi) / Create a Noble Cause (Inspiration)</i>	24

16. Mengembangkan Budaya Perusahaan Yang Etis (budaya) / <i>Develop An Ethical Corporate Culture (Culture)</i>	24
17. Pengukuran Harus Jelas Dan Transparan (lembaga) / <i>Measurement Must Be Clear and Transparents (Institution)</i>	25
C. Karakteristik Sharia Marketing Mix.....	25
1. Teistis (<i>rabaniyyah</i>)	25
2. Etis (<i>akhlaqiyyah</i>)	26
3. Realistis (<i>al-waqi'iyah</i>)	27
4. Hummanistis (<i>insaniyyah</i>)	27
D. Konsep Sharia Marketing mix.....	28
1. Produk (<i>product</i>)	28
2. Harga (<i>price</i>)	32
3. Tempat (<i>place</i>)	33
4. Promosi (<i>promotion</i>)	35
5. Manusia (<i>people</i>)	36
6. Proses (<i>prosess</i>)	39
7. Bukti fisik (<i>Physical evidence</i>)	40
E. Macam-Macam Sharia <i>Marketing</i> Mix.....	41
F. Implementasi Sharia Marketing Mix Dalam Produk Bank.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Pendekatan penelitian.....	45
B. Jenis penelitian.....	46
C. Waktu dan tempat penelitian.....	46
D. Jenis data dan sumber data.....	47
E. Teknik pengumpulan data.....	48
F. Keabsahan data.....	49
G. Teknik analisis data.....	50

BAB IV PAPARAN DATA DAN ANALISA HASIL PENELITIAN.....	52
A. Paparan Data.....	52
1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.....	52
2. Visi dan Misi Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.....	54
3. Produk dan layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.....	55
4. Implementasi Sharia Marketing Mix pada PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.....	59
B. Analisis Implementasi Sharia marketing mix pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH.Mas Mansuyur.....	65
BAB V PENUTUP.....	83
A. KESIMPULAN.....	83
B. SARAN.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1	Triangulasi Dengan Tiga Teknik Pengumpulan Data.....	50
--------------	--	----

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Nur & Fanani, Muhammad Asnan, Pemasaran Syariah Teori, Filosofi dan Isu-isu Kontemporer, (Depok : PT Raja Grafindo Persada 2009).
- Asri, Marwan. *Marketing*, (Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Amp YKPN, 1991).
- Azwar, Saifudin. *Metode Penelitian*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1991)
- Badudu J.s, Kamus kata – kata serapan dalam bahasa Indonesia, (Jakarta : PT Kompas 2013).
- Bank Indonesia http://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Pages/pbi_101708.aspx (09 Desember 2019)
- Darsono, Ali sakti, Ascarya. Perbankan Syariah di Indonesia kelembagaan dan kebijakan serta tantangan ke depan, (jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2017).
- Depag, *Al-Qur'an Tafsir Per Kata Al-Hakam*, (Jakarta : PT. Suara Agung, 2014)
- Fatihudin, Didin. *Metode Penelitian Dan Penulisan Karya Ilmiah untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Edisi Cetakan Ke 2, LPPs, UMSurabaya, Surabaya. 2012).
- Hadi, Sutrisno, *Metode Research*, (Yogyakarta : andi Offset, 2002).
- Indonesia, Ikatan Bankir. *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014).
- Iva, Wida Isma. Analisis Implementasi Syariah Marketing: Studi Kasus di AJB Kantor Cabang Syariah Semarang. (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015).
- Karta Jaya, Hermawandan & Syakir Sula, muhammad. *Syariah Marketing*. (Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2006).
- Lestari, Puji, Analisis Syariah Marketing di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang. (Skripsi--STAIN salatiga, 2014).
- Mayangsari, Aji Kurnia. Penerapan Strategi Marketing mix pada penggunaan produk bancassurance PT. Bank Syariah Mandiri KC Letjen Suntoyo Malang, (Sekripsi--Universitas Islam Negeri Maulan Malik Ibrahim, 2014).
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2004.).

Mujadid, "Konsep Syariah Marketing Mix", <http://www.konsepsyariahmarketing.com>. Di akses pada (17 juli 2018).

Nawawi, Hadari. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 1998).

Nazir, Mohammad. *Metode Penelitian*, (jakarta : Ghalia Indonesia, 1998).

Nurcholifa, Ita. "Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah: dalam jurnal *Khatulistiwa-jurnal Of Islamic Studies*, Vol, 4. No. 1 (Maret 2015).

Sari, Mutiara Dewi, Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia: Satu Tujuan, *Jurnal Amplikasi Bisnis*, Vol. 3, No. 2, (April 2013).

Sejarah Bank Muamalat," <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>. di akses pada (31 Juli 2018).

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif & R*, (Bandung : Alfa Beta, 2014).

Syaikh al-'Allamah Muhammad bin Abdurahman Ad-dimasyqi," *Fiqih Empat Mazhab*,(Bandung:Hasyimi,2014).

Umar, Husein. *Reseach Methods in Finance Banking*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka, 2000).

Undang-undang Nomor 21, Tahun 2008 Pasal 1, *Tentang Perbankan Syariah*.

Zainal, Veithzal Rivia, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta : PT Bumi,Askara,2015).