

BAB IV

PAPARAN DAN ANALISA HASIL PENELITIAN

A. PAPARAN DATA

1. Sejarah Berdirinya PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Sani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia Digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Ikatan cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapatkan dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan Syariah seperti asuransi Syariah (*Asuransi Takaful*), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (*DPLK Muamalat*) dan Multi Finance Syariah (*Al-Ijarah Indonesia Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk bank yaitu Ashar-e pertama di Indonesia yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Ashar-e Gold debit visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari musim rekor Indonesia (MURI) sebagai kartu debit Syariah dengan teknologi Chi pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti internet Banking,

Mobile Banking, ATM dan cash Management. Seluruh Produk-Produk tersebut menjadi pionir produk Syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di Industri Perbankan Syariah.

Pada 27 Oktober 1994 Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek di Indonesia (BEI). Pada 2003, Bank dengan percaya diri melakukan penawaran umum terbatas (PUT) dengan hak memesan efek terlebih dahulu (HMETD) Sebanyak 5 kali dan merupakan lembaga Perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan sukuk subordinasi mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta Industri Perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas bank diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan pertama menjadi Bank di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk satu kantor cabang di Malaysia. Operasional bank juga di dukung jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM dan ATM prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia elektronik payment (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012 BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk meningkatkan awarness terhadap image Bank Syariah Islamic, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara Nasional maupun Internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu al-ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan Syariah (DPLK MUAMALAT) yang memberikan layanan dana pensiun lembaga keuangan dan Baitul mal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan Ana zakat, infaq, dan sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015 BMI bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik untuk meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah BMI akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “*The Best Islamic Bank and Top Ten Bank In Indonesia With Strong Regional Presence*”. Bank Muamalat di KH Mas Mansyur merupakan salah satu cabang Bank Muamalat di Indonesia yang berada di Surabaya.¹

2. Visi dan Misi Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.
 - a. Visi

¹ Bank Muamalat “Sejarah Bank Muamalat,” <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>. di akses pada (31 Juli 2018).

Menjadi Bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Produk dan layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.

Bank Muamalat Mas Mansyur mempunyai Macam Macam Produk baik tabungan maupun pembiayaan diantaranya.²

a. Tabungan Reguler

Tabungan yang tanpa bagi hasil (wadi'ah) tanpa Nisbah biaya Administrasi **Gratis** dan Tabungan bagi hasil (akad Mudharabah) untuk persentase 5% untuk nasabah, 95% untuk Bank Muamalat biaya Administrasi Rp. 11.000,-,00. Ketentuan untuk rekening pasif semua akad Wadi'ah dan Mudharabah apabila tidak melakukan transaksi selama 6 bulan dikenai biaya Rp. 15.000,-,00. Mengenai ATM tabungan ada 3 macam 1). ATM Reguler jangkauannya hanya sampai

² Wawancara dengan Pak Muhammad Mundzir dan (Business Development Manager Funding dan Wealth Management), 21 Desember 2018.

Malaysia karena di Malaysia ada cabang Bank Muamalat di Kuala Lumpur. 2) ATM Glod Jangkauan sampai internasional. 3) ATM Arsenal jangkauan sama seperti ATM Gold sampai Internasional juga, untuk ATM Arsenal ini kerja sama dengan Team Arsenal sebagai Brends. Semua ATM tabungan perbulan di kenai biaya Rp 2.500.

a. Tabungan Giro

Tabungan giro ada 2 akad Wadiah (attijari) dan Mudharabah bagi hasilnya berdasarkan saldo rata-rata dan untuk wadiah nisbah. Mengenai jenis mata uang bisa mengiakan dengan IDR,US dan SGD. Setoran awal untuk Tabungan Giro Rp.500.000 biaya layanan semua tabungan giro Rp.15.000. Ketentuannya tabungan giro ada 2 macam Peroranag dan giro non perorangan minimal 2 sampai lebih.

Ketentuan layanan Harga satu buku cek 100k isi 25 hlm. Untuk wadiah titipan setoran awal 100US saldo minimal 50US. Apabial saldo 1000us maka tik dikenakan biaya mainten 1Us kala kurang dari 1000Us 1 bulanya di kenakan biaya 1US.

b. Tabungan Prima

Tabungan prima adalah tabungan yang teruntuk nasabah saldonya prioritas ada benefit atau nasabah yang saldonya tinggi dan besar Khusus.

c. Tabungan Deposito Mundharabah

Tabungan Deposito adalah Tabungan yang berjangka selama 1,3,6 dan 12 Bulan minimal saldo tabungan Rp 5.000.000. Mengenai persentase bagi hasil yaitu Deposito 1 Bulan nisbah 50% Bank 50% nasabah, Deposito 3 Bulan nisbah 49% Bank dan 51% nasabah, Deposito 6 Bulan nisbah 47% Bank dan 53% Nasabah dan Deposito 12 Bulan nisbah 46% Bank dan 54% Nasabah.

d. Produk E-Muamalat

1) ATM (*Automatic Teller Mechine*)

layanan yang melayani transfer yang melalui sistem Elektronik atau internet.

2) *Mobile Banking*

Melayani nasabah dengan mudah melalui *Handpone* yang berupa amplikasi.

3) *Virtual acount*

Nomor Indentivikasi bagi pelanggan suatu perusahaan (*and user*) yang di buat oleh Bank atas permintaan perusahaan tersebut.

4) *CMSI (Credit Managent Solution Inc)*

untuk perusahaan Besar yang bisa melakukan pembukuan sendiri secara Mobile.

5) Gerai PPOB (Pelayanan Point Online Bank)

Tabungan untuk melayani pembayaran berbagi macam produk pembayaran listrik, PDAM, Pulsa, BPJS, Pembelian tiket dan lain-lain, dengan cara memakai print bluetooth dalam transaksinya,

dengan asumsi sesuai jumlah saldo yang ada di tabungan gerai sebagai pembayaran.

e. Pembiayaan

Akad dalam pembiayaan ada 2 macam yaitu Musyarakah dan Murabahah jenis pembiayaan di Bank Muamalat Mas Mansyur paling banyak pembiayaan Murabahah dalam bentuk KPR, Consumer/Retail dan *Small Medium Enterprise* (SME). Minimal pembiayaan Rp 500.000.000 sampai Rp 15.000.000.000 untuk yang lebih dari 15 miliar di cabang yang Corporate.

f. Tabungan Haji

Tabungan haji adalah tabungan yang di peruntukan bagi nasabah yang ingin berangkat haji, karena sama dengan kementerian agama Bank Muamalat menjadi salah satu BPS BPIH (Bank Penerimaan Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji). Karena Profesional Bank Muamalat dalam mengantar beribadah nasabahnya untuk bisa berangkat beribadah haji dan umrah tentu tak perlu diragukan lagi.

g. Tabungan Rencana

Tabungan Rencaran adalah solulusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian dmas depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.tabungan yang peruntukkan bagi nasabah mempunyai perencanaan keuangan yang dlakukan saat ini, seperti perencanaan pendidikan, pernikahan, perjalanan badah/wisata, uang

muka atau kendaraan, berkorban saat idul adha, perpanjangan STNK/pajak kendaraan, persiapan persiun atau hari tua, serta rencana atau impian lainnya.

4. Implementasi *Sharia Marketing Mix* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur

Syariah marketing mix dengan 12 bauranya yaitu : *product, pricing, branding, distribution channels, personal selling, advertising, promotions, packing, display, servicing, physical handling* dan *finding fact analysis*. Dalam prakteknya di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya, telah di implementasikan hampir sama dengan teori-teori yang ada, sebagaimana telah di tuturkan oleh Pak Andi Yusuf Darmawan sebagai Business Development Manager Financing di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya.³

1. *Product* (produk), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya menyajikan varian produk yang inovatif titik tekanya kepada spiritual produk kepada masyarakat islam seperti tabungan haji, sebagaimana penuturanya :

“product (produk) memberikan varian yang inovatif dan lebih memeberikan produk ke spiritual market yaitu kepada masyarakat islam dengan contoh adanya tabungan haji buat bagi nasabah yang tidak mampu untuk berangkat haji secara langsung akan tetatpi bisa menggunakan tabungan haji buat brangkat haji dan penekanya kita pada nilai-nilai islamiya jadi tidak melakukan penjualan produk tapi disembunyikan cacatnya.”

³ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018

2. *Price* (harga), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya memberikan konsep win win tidak merugikan dan tidak dirugikan dan precing yang cukup kompetitif dan cukup bersaing dengan Bank konvensional, sehingga tingkat perolehan di market lebih tinggi, sebagaimana penuturanya :

“Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya memberikan precing yang win win tidak merugikan dan tidak dirugikan dan memberikan precing yang cukup kompetitif dan cukup bersaing dengan bank konvensional lainnya, sehingga tingkat perolehan di market lebih tinggi presing untuk pengelolaan dana pihak ketiga oleh Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya”

3. *Branding* market, Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya menggunakan jargon “AYO HIJRAH” ayo himpun dana di jalan syariah dengan mengajak masyarakat muslim untuk membesarkan Bank Syariah dan Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya, sebagaimana penuturanya :

“Branding market, memberikan konsep dengan jargon ayo hijrah himpun dana di jalan syariah. Melakukan penentuan branding lebih islami yang sesuai syariah islam, mengajak masyarakat muslim untuk membesarkan Bank Syariah dan Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya”

4. *Place* (lokasi atau distribusi), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya memberikan distribusi channel yang lebih kompetitif sesuai syariah islam dan menetapkan lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat, sebagaimana penuturanya :

“Place (lokasi atau distribusi) Dalam distribusi dari divisi yang ada di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya saling bersinergi untuk mengembangkan lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat mengenai dengan distribusi channel yang ada agar

lebih kompetitif agar lebih dikenal sesuai syariah islam dan lebih di trima di masyarakat islam”

5. *Promotion* (promosi), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya mengadakan promosi melalui sosial media meliputi Instagram, facebook, sebagaimana penuturanya :

“Promotion (promosi) dalam promosi kita melakukan Sosial media meliputi Instagram, facebook, yang menjadi tempat untuk mempromosikan bank muamalat karena lebih cepat dan efisien”

6. *Advertising* Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya membentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor selama dalam ketentuan standart syariah islami, sebagaimana penuturanya :

“Advertising bentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor selama dalam ketentuan standart syariah islami dengan cara langsung yang ditunjuk dengan mendapat bayaran pimpinan Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya”

7. *Public relation dan publicity* Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya mempunyai program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan dan sponsorship dalam event-event yang sudah sesuai dengan syariah islam untuk menarik minat calon nasabah maupun debitur ke Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya, sebagaimana penuturanya :

“Berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan dan/atau melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan. Dalam hal ini Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya berperan sebagai sponsorship dalam event-event yang sudah sesuai dengan syariah islam. Diharapkan dengan hal tersebut maka akan dapat dijadikan sarana promosi yang efektif untuk menarik minat calon

nasabah maupun debitur ke Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya”.

8. *Personal selling*, Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya mempunyai marketing financing memiliki marketing yang cukup expert/ahli dibidangnya akan tetap dari beberapa SDM (sumber daya manusia) kita di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya dari beberapa pegawainya baru mengenal syariah di dunia kerja karena banyak yang lulusan dari bukan pondok dan universitas islam dan jurusan ekonomi islam melainkan dari jurusan ekonomi biasa, sebagaimana penuturannya :

“Personal selling Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya juga memiliki *marketing financing marketing* yang expert/ahli dibidangnya sehingga membantu pertumbuhan target yg di inginkan Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya dan penuturan dari pak muhammad mundzir dalam Personal selling sedikit menambahi dari beberapa SDM (sumber daya manusia) kita Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya dari beberapa pegawainya baru mengenal syariah di dunia kerja karena banyak yang lulusan dari bukan pondok dan universitas islam dan jurusan ekonomi islam melainkan dari jurusan ekonomi biasa, jurusan teknik dan lain-lainya saya akui memang ada proses yang panjang untuk memperbaiki dan perbaikan terus menerus untuk melakukan implementasinya yang lebih sesuai dengan konsep-konsep syariah marketing mix”

9. *Display* (tampilan), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan konsep syariah islam yang mana semua pegawainya wajib berpenampilan sesuai syariah islam yang mana pegawai wanita harus berhijab serta berpakaian rapi sopan sebagaimana penuturannya :

“Display (tampilan) dalam seg tampilan kita di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan konsep syariah yang mana pegawai wanita harus berhijab serta berpakaian rapi sopan dan berpakaian rapi sopan juga bagi semua pegawai laki-laki”

10. *Service* (pelayanan nasabah), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya memberikan pelayanan Customer Service (CS) dan Marketer yang mana dalam melakukan pelayanan dengan sopan santun, sesuai syariah islam dan apabila dalam saat melakukan pelayanan sudah waktunya shalat maka nasabah di beri pelayanan di ajak shalat berjamaah di mushala yang di sediakan dan layanan sementara diberhentikan beberapa menit untuk melakukan shalat berjamaah, sebagaimana penuturanya :

“Servicing (pelayanan nasabah) Dapat dilihat secara langsung pada saat petugas *Customer Service* (CS) dan Marketer melakukan dengan sopan santun yang mana sesuai syariah islam dalam melayani dan menjelaskan semua produk dan jasanya kepada nasabah yang ada di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya. Apabila dalam saat melakukan pelayanan sudah waktunya shalat maka nasabah di beri pelayanan di ajak shalat berjamaah di mushala yang di sediakan dan layanan sementara diberhentikan beberapa menit untuk melakukan shalat berjamaah semua pegawai Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya”

11. *Physical handling* (penanganan fisik), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya mempunyai penanganan fisik dengan tampilan Bank yang sesuai standart syariah islam yang sudah harus di tetapkan meliputi **Pertama**, Fasilitas Eksterior, meliputi: desain eksterior, signage (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya **Kedua**, Fasilitas Interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjelaskan bisnis, sebagaimana penuturanya :

“Physical handling (penanganan fisik) Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan dengan sesuai standart yang harus di tetapkan Yaitu meliputi **Pertama**, Fasilitas Eksterior, meliputi: desain eksterior, signage (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya **Kedua**, Fasilitas Interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjelaskan bisnis, signage (simbol, arah, petunjuk), tata letak, kualitas sirkulasi udara dan suhu. Serta adanya tempat shalat atau masjid guna untuk mengaktifkan karyawan untuk shalat berjamaah”

12. *Finding fact analysis* (menemukan analisis baru), Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya memberikan pelayanan nasabah yang mengalami kesulitan dan masalah yang dihadapi seperti pembiayaan mancet yang mana nasabah tidak bisa membayar atau mengalami kebangkrutan maka Bank Muamalat juga melakukan pendekatan dan membantu agar tidak mancet dalam pembayar dan dalam praktiknya kita sudah melakukan sesuai dengan syariah islam yang mana sudah di atur oleh DSN (Dewan Syariah Nasional) dan MUI (Majelis Ulama’ Indonesia), sebagaimana penuturanya :

“Finding fact analysis (menemukan analisis baru) Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya juga memiliki bagian yang mana menangani permasalahan seperti pembiayaan mancet yang mana nasabah tidak bisa membayar atau mengalami kebangkrutan maka kita Bank Muamalat melakukan pendekatan dan membantu agar tidak mancet dalam pembayar ke Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya dan dalam praktiknya kita sudah melakukan sesuai dengan syariah islam yang mana sudah di atur oleh DSN (Dewan Syariah Nasional) dan MUI (Majelis Ulama’ Indonesia)”

Penjelasan tersebut diatas, merupakan alasan mengapa Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya menggunakan *sharia marketing mix*, dalam sistem oprasionalnya. Sebagaimana wawancara

penulis dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (*Business Development Manager Financing*) dan Pak Muhammad Mundzir (*Business Development Manager Funding dan Wealt Management*), seperti penuturannya berikut ini :

“karena dari beberapa aitem penjelasan teori-teori dari syariah marketing mix memberikan aitem ini memudahkan pola Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya ditrima di market dan pasar oleh masyarakat”⁴ jadi memang ini kalau pola pemasaran produk itukan kita sesuaikan pertama alasan berdirinya bank muamalat sendiri ini kan untuk memenuhi rasa gelisah meliki bank syariah di tahun 90 an Guru-guru kita senior-senior kita dan ulama’-ulama’ yang ingin memiliki perbankan yang memuat nilai nilai syariah alasan kedua tentunya sesuai dengan target market pemasaran produk kita karena alasan yang saya sebutkan tadi memenuhi kebutuhan masyarakat muslim terkait perbankan yang syariah dari situ kita menentukan konsep syariah marketing mix.

B. Analisis Implementasi *Sharia Marketing Mix* pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur.

Berdasarkan wawancara peneliti terhadap Bapak Muhammad Mundzir selaku *Business Development Manager Funding dan Wealt Management* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Cabang Surabaya KH. Mas Mansyur memiliki target setiap tahunnya adalah mendapatkan nasabah yang banyak dengan cara pemasaran produk produknya dengan syariah marketing mix.

1. *Product* (produk)

Implementasi di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menyajikan varian produk yang inovatif titik tekanya kepada

⁴ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (*Business Development Manager Financing*), 21 Desember 2018.

spiritual produk kepada masyarakat islam seperti tabungan haji dan penekanya kita pada nilai-nilai islamiya jadi tidak melakukan penjualan produk tapi disembunyikan cacatnya.⁵ Dari penjabaran diatas bahwa di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan implementasi produk syariah marketing mix sesuai dengan teori dan konsep-konsep syariah islam.

Sebagaimana di ungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula bahwa dalam implementasi produk harus memenuhi ketentuan halal, tidak menyebabkan pikiran kotor atau rusak, tidak mengganggu, tidak mengandung usur riba dan maisyir, bermoral, produk harus kepemilikan yang sah, produk harus diserahterimakan dengan jelas karena penjualan produk fiktif tidak dibenarkan (contoh penjualan ikan sungai) dan produk harus tepat secara kuantitas dan kualitasnya, sementara Bahari et al, menekan produk yang sesuai dengan islam adalah produk yang memenuhinkarakteristik realistik (hasil kreativitas), humanistik (produk yang manusiawi, disampaikan dengan cara yang santun dan proposional) dan transparansi (sesama pelakau bisnis memperoleh informasi yang lengkap tentang spesifikasi produk).⁶

Juga disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah : 275. Dilarang melakukan Perjudian, prostitusi dan penggunaan bunga dalam praktik keuangan dan perbankan.(Qs Al-Baqarah : 275):

⁵ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018 .

⁶ Kertajaya & Sula, "Syariah Marketing, 29.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya :

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”. (Qs Al-Baqarah : 275).⁷

a. *Branding* (merek)

Implementasi branding *sharia marketing mix* oleh Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan jargon “AYO HIJRAH” ayo himpun dana di jalan syariah dengan mengajak masyarakat muslim untuk membesarkan Bank Syariah dan Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya.⁸ Dari penjabaran di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan implementasi branding *sharia marketing mix* sudah sesuai dengan teori dan konsep-konsep syariah islam.

⁷ Depag, Al-Qur'an Tafsir Per Kata Al-Hakam, (Jakarta : PT. Suara Agung, 2014), 48.

⁸ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018 .

Sebagaimana diungkapkan oleh mujadid pandangan syariah, Brand yang baik adalah yang mempunyai katakter yang kuat. Dan bagi perusahaan atau produk yang menerapkan syariah marketing, suatu brand juga harus mencerminkan karakter-karakter yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah atau nilai-nilai spiritual. Beberapa karakter yang bisa dibangun untuk menunjukkan nilai spiritual ini bisa digambarkan dengan nilai kejujuran, keadilan, kemitraan, kebersamaan, keterbukaan, dan universalitas.⁹

2. *Price* (harga)

Implementasi harga di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan dengan transparan, caranya dengan win win tidak merugikan dan tidak dirugikan dan presing yang cukup kompetitif dan cukup bersaing dengan Bank konvensional, sehingga tingkat perolehan di market lebih tinggi, presing untuk pengelolaan dana pihak ketiga oleh Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya.¹⁰ Dari penjabaran di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah mengimplementasi syariah marketing mix dalam prakteknya penentuan harga, sudah sesuai dengan teori dan konsep-konsep syariah islam

⁹ [Mujadid, "konsep syariah marketing mix"](http://www.konsep_marketing_mix_syariah), http://www.konsep_marketing_mix_syariah. Di akses pada (17 juli 2018), 9.

¹⁰ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

Sebagaimana di ungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula bahwa harga adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hal milik produk. Berdasarkan analisa penulis dari beberapa referensi teori yang digunakan, dalam hal ini yang dimaksud dengan harga dalam konsep syariah marketing mix adalah besar bagi hasil, margin serta biaya-biaya yang dibebankan pada suatu produk (tarif produk dan layanan). Penetapan harga suatu produk berdasarkan pertimbangan bisnis, yaitu supply, demand dan value yang diterima/dipersepsi oleh nasabah. Begitu pula dalam penetapan harga pembiayaan yang disalurkan oleh bank syariah, memperhatikan supply, demand (permintaan) dan value (nilai) untuk nasabah.

Bentuk penentuan harga yang dilarang dalam islam antara lain menentukan harga yang berlebihan (*predatory pricing*) diskriminasi penentuan harga yang berakibat pada tidak keadilan dan penipuan dalam penentuan harga. Dalam firman Allah ta,alla, mengenai ketentuan yang terkait dengan setrategi kebijakan harga adalah:(QS An’Nisa’ ayat 29)¹¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

¹¹ Kertajaya & Sula, “Syariah Marketing, 29.

Artinya :”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (QS An’Nisa’ ayat 29).¹²

3. *Place* (lokasi atau distribusi)

Implementasi *Place* (lokasi atau distribusi) di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan dengan cara distribusi *cannel* yang lebih kompetitif sesuai syariah islam dan menetapkan lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat.¹³ Dari penjabaran teori-teori *sharia marketing mix* dengan praktek di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya yang sudah di paparkan implementasinya maka bisa di pastikan bahwa prakteknya di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah sesuai dengan teori *sharia marketing mix*.

Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula dalam konteks mekanisme distribusi, Islam memegang nilai-nilai etis meliputi menggunakan keamanan yang memadai, dalam pengiriman kemasan di sesuaikan dengan beban kargo, menghindari pengiriman kerusakan barang dan mekanisme return barang secara jelas. Dalam konteks tempat (distribusi), Nabi Muhammad SAW, melarang tindakan monopoli. Tindakan

¹². Depag, Al-Qur’an Tafsir Per Kata Al-Hakam, (Jakarta : PT. Suara Agung, 2014), 84.

¹³ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

mendominasi saluran distribusi dengan maksud mengatur harga adalah tindakan yang dilarang oleh ajaran Islam. Hadist Ma'mar bin Abdullah radhiyallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda.

مَنْ أَحْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya :“Barangsiapa menimbun barang, maka ia berdosa.” (HR Muslim (1605).

Hadist tersebut berkenaan erat dengan tata cara melakukan penimbunan barang dagangan untuk menaikkan harga dalam pemasaran. Pada masa Rasulullah SAW, yang didenifisikan sebagai tempat untuk melakukan transaksi bisnis adalah pasar.¹⁴

4. *Promotion* (promosi)

Implementasi promosi *sharia marketing mix* di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan dengan cara melakukan distribusi *cannel* yang lebih kompetitif sesuai syariah islam dan menetapkan lokasi yang strategis dan mudah di jangkau oleh masyarakat.¹⁵ Analisa yang kita dapat dari pemamaparan di atas oleh Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya dengan teori *sharia marketing mix* sudah sesuai dengan prakteknya.

Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan

¹⁴ Kertajaya & Sula, “*Syariah Marketing*”, 29.

¹⁵ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

dan menawarkan produk kepada konsumen. Dalam Islam dalam melaksanakan promosi dilarang memberikan informasi yang berlebihan. Rasulullah SAW, sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh promosi barang yang diperdagangkan tidak memberikan informasi yang berlebih, justru Beliau memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh informasi tentang produk secara jelas sebelum memutuskan untuk pembelinya. Pentingnya kejujuran dalam melakukan promosi dan ketidak jujurannya sebagai tindakan yang tercela.

Menurut etika Islam, teknik promosi tidak diperbolehkan menggunakan daya tarik seksualitas (mengugah gairah seksual), menggunakan emosional (negatif), mengundang ketakutan, kesaksian palsu dan penemuan fiktif, atau berdampak pada kerusakan mental (kebodohan) atau mendorong pemborosan. Penggunaan bahasa dan perilaku sugestif serta penggunaan perempuan sebagai objek untuk memikat atau menarik pelanggan juga tidak diperbolehkan.¹⁶

a. *Place* (lokasi atau distribusi)

Implementasi *Place* (lokasi atau distribusi) di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah dilakukan dengan cara distribusi *cannel* yang lebih kompetitif sesuai syariah islam dan menetapkan lokasi yang strategis dan mudah di jangkau

¹⁶ Kertajaya & Sula, "Syariah Marketing, 29.

oleh masyarakat.¹⁷ Dari penjabaran teori-teori syariah marketing mix dengan praktek di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya yang sudah di paparkan implementasinya maka bisa di pastikan bahwa prakteknya di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah sesuai dengan teori syariah marketing mix.

Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula dalam konteks mekanisme distribusi, Islam memegang nilai-nilai etis meliputi menggunakan keamanan yang memadai, dalam pengiriman kemasan di sesuaikan dengan beban kargo, menghindari pengiriman kerusakan barang dan mekanisme return barang secara jelas. Dalam konteks tempat (distribusi), Nabi Muhammad Saw, melarang tindakan monopoli. Tindakan mendominasi saluran distribusi dengan maksud mengatur harga adalah tindakan yang dilarang oleh ajaran Islam. Hadist Ma'mar bin Abdullah radhiyallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda.

مَنْ أَحْتَكَرَ فَهُوَ خَاطِئٌ

Artinya :“Barangsiapa menimbun barang, maka ia berdosa.” (HR Muslim (1605).

Hadist tersebut berkenaan erat dengan tata cara melakukan penimbunan barang dagangan untuk menaikkan harga dalam

¹⁷ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018

pemasaran. Pada masa Rasulullah Saw, yang didenifikasikan sebagai tempat untuk melakukan transaksi bisnis adalah pasar.¹⁸

b. *Advertising* (iklan)

Implementasinya di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya membentuk presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor selama dalam ketentuan standart syariah islami, secara prakteknya sudah mendekati dengan konsep *sharia marketing mix* dengan cara menekankan pada selama dalam standart syariah islam dalm melakukan iklan ke masyarakat.

Sebagaimana diungkapkan oleh Muhammad Sula Iklan juga merupakan penerepan dalam *sharia marketing mix*. Etika melakukan promosi/iklan dalam Islam adalah tidak diperbolehkan melakukan poelecehan terhadap suku, agama dan ras, eksploitasi perempuan dalam iklan, penggunaan fantasi yang berlebihan (bahasa hiperbolis) dan menggunakan perempuan sebagai objek untuk memikat dan menarik pelanggan.¹⁹

c. *Public relations and publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas)

Implementasi yang di lakukan di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya hasil wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan sudah melakukan program yang dirancang untuk mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk

¹⁸ Kertajaya & Sula, "Syariah Marketing, 29.

¹⁹ Ibid, 29.

individual yang dihasilkan dan sponsorship dalam event-event yang sudah sesuai dengan syariah islam untuk menarik minat calon nasabah maupun debitur ke Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya.²⁰ Sebagaimana teori dan praktek di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan implementasinya dengan teori yang melakukan hubungan dengan baik kepada masyarakat serta persaingan dalam bisnis dengan cara yang sesuai syariah islam dengan cara mempromosikan dan melindungi citra perusahaan atau produk individual yang dihasilkan dan sponsorship dalam event-event yang sudah sesuai dengan syariah islam.

Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula Dalam menjalankan *sharia marketing mix*, perusahaan harus memperhatikan cara mereka menghadapi persaingan usaha yang serba dinamis. Jadi ketika persaingan usaha yang dihadapi semakin ketat dan kadang bersifat kotor, perusahaan harus mempunyai kekuatan moral untuk tidak terpengaruh oleh permainan bisnis seperti itu.²¹

5. *Personal selling* (penjualan pribadi)

Implementasi di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah memiliki marketing financing, seorang marketing yang cukup expert/ahli dibidangnya akan tetapi dari beberapa SDM (sumber daya manusia) kita di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya dari

²⁰ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

²¹ Kertajaya & Sula, *Syariah Marketing* (Bandung : Mizan 2006), 29.

beberapa pegawainya baru mengenal syariah di dunia kerja karena banyak yang lulusan dari bukan pondok dan universitas islam dan jurusan ekonomi islam melainkan dari jurusan ekonomi biasa.²² Dalam prakteknya di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan dengan baik dan mempunyai personal selling yang bertanggung jawab, maka sudah sesuai *sharia marketing mix* dalam prakteknya di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya.

Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula Manusia memegang peranan penting dalam praktik pemasaran, baik sebagai produsen maupun konsumen. Marketer harus jujur dan bertanggung jawab kepada produk yang dibuatnya. Dalam etika Islam, pemasaran manusia harus bertanggung jawab dalam empat kategori: (1) Tanggung jawab kepada Allah SWT.; (2) Tanggung jawab terhadap masyarakat; (3) Bertanggung jawab terhadap kesejahteraan sendiri; dan (4) Tanggung jawab terhadap lingkungan. Apabila marketer melakukan pelanggaran pada salah satu dari tanggung jawab tersebut maka tindakan itu adalah pelanggaran terhadap prinsip-prinsip Islam.

Islam memerintahkan dalam pemasaran harus menggunakan model perilaku yang baik, menjaga harmonisasi hubungan manusia dan meminimalkan penyalahgunaan serta berusaha demi kesejahteraan masyarakat. Seseorang marketer harus jujur, dapat di percaya, tulus

²² Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

dan adil. Nabi Muhammad SAW, mencontohkan bentuk perdagangan yang jujur dengan menunjukkan prinsip-prinsip dapat dipercaya jujur, adil, berintegrasi demi menjaga reputasi seorang Muslim.²³

a. *Display* (tampilan)

Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan konsep syariah islam yang mana semua pegawainya wajib berpenampilan sesuai syariah islam yang mana pegawai wanita harus berhijab serta berpakaian rapi sopan dalam melayani nasabah.²⁴

Sebagaimana diungkapkan oleh Budaya perusahaan menggambarkan jati diri perusahaan tersebut. Hal ini tercermin dari nilai-nilai yang dianut oleh setiap individu di perusahaan dan perilakunya ketika menjalankan proses bisnisnya. Budaya perusahaan yang sehat adalah budaya yang diekspresikan oleh setiap karyawannya dengan hati terbuka dan sesuai dengan nilai-nilai etika. Berikut ini adalah beberapa budaya dasar dalam sebuah perusahaan berbasis syariah :

- 1) Budayakan mengucapkan salam.
- 2) Murah hati, bersikapramah, dan melayani.
- 3) Cara busana nuansa syariah.
- 4) Lingkungan kerja bersama

²³ Kertajaya & Sula, *Syariah Marketing* (Bandung : Mizan 2006), 29.

²⁴ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018

Berkaitan dengan penampilan Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya menerapkan penampilan yang sesuai syariah Islam menjaga identitas diri dengan menggunakan pakaian Islami bagi seluruh karyawan terutama bagi karyawan yang diharuskan mengenakan jilbab serta rok panjang sehingga terlihat sopan serta tidak membentuk lekukan tubuh sebagaimana etika berbusana dalam Islam yang menjelaskan bahwa jilbab adalah sebuah simbol penghambaan diri seorang Muslimah terhadap ketentuan Rabb-Nya, sebuah pengakuan bahwa Allah azza wa jallaberhak sepenuhnya mengatur kehidupannya dan pegawai laki-laki memakai pakaian yang sopan dan rapi, sebagai salah satu daya tarik kepada nasabah agar senang melihat pegawai berpakaian rapi dan bagus.²⁵

b. *Service Customer* (pelayanan nasabah)

Implementasi dalam praktek pelayanan di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah menerapkan pelayanan Customer Service (CS) dan Marketer yang mana dalam melakukan pelayanan dengan sopan santun, sesuai syariah Islam dan apabila dalam saat melakukan pelayanan sudah waktunya shalat maka nasabah di beri pelayanan di ajak shalat berjamaah di mushala yang di sediakan dan layanan sementara dihentikan beberapa

²⁵ [Mujadid](http://www.konsepsyariahmarketing.com), "konsep syariah marketing mix", <http://www.konsepsyariahmarketing.com>. Di akses pada (17 juli 2018), 9.

menit untuk melakukan shalat berjamaah bersama semua pegawai Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya.²⁶

Sebagaimana teori dan praktek di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan implementasinya dengan teori yang melakukan pelayanan dengan cara yang sopan santun, sesuai syariah islam.

Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula Pelayanan nasabah bagian dari *sharia marketing mix* yang penting. Elemen pelayanan meliputi prosedur, mekanisme, alur kegiatan dalam pelayanan. Proses juga menunjukkan bagaimana produk atau jasa disajikan sampai pada penggunaan akhir. Dalam proses marketer harus memiliki integritas intelektual dan tingkat kesadaran yang lebih tinggi pada konsumen. Marketer harus menumbuhkan kepercayaan, komunikasi dan mempraktikan nilai-nilai etika mendasar yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam melakukan proses marketer harus memiliki beberapa nilai-nilai dasar, seperti kejujuran, tanggung jawab, keadilan, rasa hormat, keterbukaan dan kemasyarakatan.

Dalam praktik yang dilakukan Rasulullah SAW, proses yang dimanifestasikan oleh pribadi Rasulullah SAW, adalah bentuk pelayanan yang santun, ramah serta jelas dalam

²⁶ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

memberiakan informasi. Proses dalam konteks bisnis jasa harus dipahami oleh pelaku pemasaran terutama pemahaman tentang sifat dari jasa itu sendiri. Rasulullah SAW, memberikan contoh betapa beliau sangat teliti dalam memberiakan pelayanan. Produk atau jasa yang disampaikan kepada konsumen merupakan amanah yang harus dipertanggung jawabkan. Oleh karena itu, apa pun bentuknya, proses yang baik akan mendukung terciptanya kepuasan konsumen.²⁷

6. *Physical handling* (penanganan fisik)

Implementasi di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya mempunyai penanganan fisik dengan tampilan Bank yang sesuai standart syariah islam yang sudah harus di tetapkan meliputi ***Pertama***, Fasilitas Eksterior, meliputi: desain eksterior, signage (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya ***Kedua***, Fasilitas Interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjelaskan bisnis.²⁸

Sebagaimana diungkapkan oleh Hermawan kertajaya dan muhammad sula dalam penanganana fisik dalam implemntasinya sesuai dengan teori pada bab II. Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan dengan sesuai standart yang harus di tetapkan Yaitu meliputi ***Pertama***, Fasilitas Eksterior, meliputi: desain

²⁷ Kertajaya & Sula, *Syariah, Marketing*, 29.

²⁸ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

eksterior, signage (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya **Kedua**, Fasilitas Interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjelaskan bisnis, signage (simbol, arah, petunjuk), tata letak, kualitas sirkulasi udara dan suhu. Serta adanya tempat shalat atau masjid guna untuk mengaktifkan karyawan untuk shalat berjamaah. **Ketiga, Tangibles Other** (bukti fisik lain). Bukti fisik perusahaan, kartu nama, tagihan, laporan, penampilan karyawan, seragam dan brosur. Di sisi lain pada bulan Ramadhan memberikan santuan kepada anak yatim dan juga mengikuti festival keagamaan dan hari besar Islam juga terdapat tradisi memberikan hadiah, mendesain amplop dengan tema hari besar, menyebarkan brosur perusahaan dan membagikan parcel serta memberikan hari libur kepada karyawan Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya.²⁹

7. *Finding fact analysis* (menemukan analisis fakta)

Implementasi *sharia marketing mix* dalam prakteknya di Bank Muamalat Cabang Mas Mansyur Surabaya sudah melakukan analisa atau menemukan nasabah yang mengalami kesulitan dan masalah yang dihadapi seperti pembiayaan mancet yang mana nasabah tidak bisa membayar atau mengalami kebangkrutan maka Bank Muamalat juga melakukan pendekatan dan membantu agar tidak mancet dalam

²⁹ Kertajaya & Sula, *Syariah Marketin*, 29.

pembayar dan dalam praktiknya kita sudah melakukan sesuai dengan syariah islam yang mana sudah di atur oleh DSN (Dewan Syariah Nasional) dan MUI (Majelis Ulama' Indonesia).³⁰

Sebagaimana diungkapkan oleh mujadid Seorang analisa marketer di Bank Syariah ada bagian sebagai tugasnya mengawasi dan memantau semua market untuk menganalisa dan melihat apakah masih menjalankan sesuai dengan konsep syariah dalam menjalankan bisnisnya maupun usahanya dan menemukan suatu analisa dalam menangani komplain atau masalah dari nasabah-nasabahnya.³¹

³⁰ Wawancara dengan Pak Andi Yusuf Darmawan (Business Development Manager Financing), 21 Desember 2018.

³¹ [Mujadid](http://www.konsepsyariahmarketing.com), "Konsep Syariah Marketing Mix", <http://www.konsepsyariahmarketing.com>. Di Akses Pada (17 juli 2018).