

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perbankan merupakan salah satu penunjang perekonomian di negara. Peran penting membuat bank bisa ikut andil dalam menjaga kestabilan perekonomian di bidang ekonomi mikro dan makro. Peran pentingnya industri perbankan di bidang mikro yaitu adanya pemberian pembiayaan untuk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), tentu hal ini bisa berdampak pada perkembangan dan pertumbuhan dalam sektor riil negara, usaha-usaha UMKM tersebut memiliki posisi penting dalam perekonomian nasional. Dalam bidang makro bank sentral harus bisa menjaga stabilitas moneter, dikarenakan kestabilan moneter sangat berdampak pada aspek ekonomi seperti inflasi, penawaran, permintaan dll. Dalam kegiatannya industri lembaga keuangan seperti perbankan memiliki fungsi *financial intermediary* yaitu lembaga yang bisa mempertemukan antara pemilik dana dan pengguna dana.

Di Indonesia regulasi perbankan terdapat 2 jenis operasional, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Bank syariah merupakan bank yang dalam menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Bank syariah melakukan operasional layaknya bank pada umumnya yaitu menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan, serta memberikan pelayanan

yang baik bagi nasabah. Mayoritas penduduk Indonesia adalah beragama Islam, hal ini tidak membuat pertumbuhan bank syariah berkembang pesat, dikarenakan masyarakat masih menggunakan jasa pelayanan dari bank konvensional.

Banyaknya industri perbankan membuat masing-masing lembaga untuk bersaing secara kompetitif termasuk bank syariah. Bank Syariah adalah bank yang melakukan operasionalnya secara syariah yang dalam transaksinya juga bertujuan untuk mengajak masyarakat untuk beralih dari yang awalnya menggunakan bank konvensional menjadi bank syariah. Perbedaan operasional sebagai pembeda antara bank konvensional dengan bank syariah, dimana dalam bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dan dalam bank konvensional menggunakan sistem bunga. Sistem bunga dalam bank konvensional termasuk dalam kategori riba. Hal ini berdasarkan Fatwa DSN MUI No.1 tahun 2004 menyatakan bahwa dalam praktik pengembangan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba seperti yang ada dalam zaman Rasulullah SAW yaitu riba *nasi'ah* dan riba hukumnya haram.

Seiring berjalannya waktu dinamika pelaku bank syariah dalam memasarkan penjualan produk dan jasa yang semakin tinggi. Hal ini membuat bank syariah harus mempunyai strategi-strategi untuk bersaing secara kompetitif. Strategi pemasaran merupakan fungsi organisasi dan seperangkat proses dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada konsumen untuk mengelola hubungan baik dengan konsumen melalui cara yang dapat menguntungkan bagi organisasi dan para pemilik (Zainal, 2017:6)

Strategi pemasaran menjadi alat untuk mengembangkan produk dalam menjangkau segmen pasar tertentu. Strategi pemasaran yang tepat dapat membuat bank syariah mempunyai arah dan tujuan, sehingga dapat membuat keputusan mengenai kebijakan-kebijakan yang sesuai dengan kondisi pangsa pasar yang dituju. Diharapkan adanya pemilihan strategi yang tepat dapat meningkatkan penjualan produk dan jasa.

Strategi pemasaran yang dilakukan sangat bergantung pada sumber daya manusia yang lain produk sangat bergantung pada bagaimana marketing mempromosikan produk dan jasa dengan melihat kondisi iklim pasar. Dalam pemasarannya bank syariah bisa memadukan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan marketing syariat (*Islamic marketing*). *Marketing mix* merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar atau *marketing* untuk membentuk karakteristik atau ciri jasa yang berbeda yang ditawarkan kepada pelanggan (Tjiptono, 2004:30).

Perpaduan kegiatan-kegiatan jenis marketing (*product, price, place, promotion*) agar tercipta alat yang terpadu. Kombinasi yang baik dan tepat dapat menghasilkan hasil yang maksimal, sedangkan *Islamic Marketing* berdasarkan pada teori *Maqashid Syariah*. *Maqashid syariah* adalah tujuan yang menjadi target teks dan hukum-hukum partikular untuk di realisasikan dalam kehidupan manusia, baik berupa perintah, larangan, dan mubah (Naja, 2019:130). *Maqashid syariah* menjadikan hubungan pertukaran atau muamalah didasari nilai-nilai ibadah kepada Allah SWT. Konsep pemasaran Islam menekankan pada aspek maksimal nilai dalam memperoleh kemaslahatan kehidupan baik di dunia dan akhirat, bukan

hanya untuk mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya. Dengan marketing syariah diharapkan dapat menciptakan *relationship* yaitu hubungan kemitraan antara bank dengan nasabah dijalin secara terus menerus dalam usaha meningkatkan kepercayaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan *Customer service* Bank Syariah Mandiri KCP Jepara, dalam memasarkan produk dan jasanya BSM menggunakan strategi pemasaran kerja sama. Kerja sama yang dilakukan BSM contohnya dengan lembaga pendidikan yang ada di Jepara. Kerja sama ini dilakukan melalui nota kesepakatan *Memorandum of Understanding (MoU)* yang ditanda tangani oleh kedua pihak. Adanya kerja sama ini diharapkan masing-masing pihak mendapatkan keuntungan sesuai yang ada di nota kesepakatan tersebut (Arya, 2019). Bank Syariah Mandiri melakukan kerja sama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara dari berbagai jenjang di antaranya : SMK Walisongo, MA Walisongo, MTSN Bawu, MAN Bawu, SMK Islam Jepara, SDUT Bumi Kartini, SD IT Amal Insani.

Kerja sama terjalin supaya masing-masing pihak mendapatkan *feedback* seperti bagi pihak Bank Syariah Mandiri yaitu terjualnya produk pembiayaan BSM implan, dan tabungan simpel IB (simpanan pelajar). Bagi pihak lembaga pendidikan bisa mendapatkan pembiayaan BSM implan dengan bagi hasil dibawah standar yaitu 0,4 %. BSM implan merupakan pembiayaan yang diberikan kepada guru atau karyawan dengan sistem pelayaran melalui *payroll* gaji. Keuntungan lain bagi pihak lembaga

pendidikan yaitu penyediaan jasa *pick up service* terhadap tabungan Simpanan Pelajar (Simpel IB).

Berdasarkan hasil wawancara dengan *marketing* BSM, bahwa yang terjadi di lapangan tidak mudah meyakinkan pihak lembaga pendidikan untuk mau melakukan kerja sama dengan pihak Bank Syariah Mandiri. Hambatan-hambatan ini ada karena banyaknya lembaga pendidikan yang sudah menjalin kerja sama dengan lembaga bank lain seperti bank konvensional dan BMT. Selain itu pihak lembaga pendidikan bagian bendahara tidak ingin melakukan proses administrasi (Farissa, 2019).

Dari pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti strategi pemasaran produk Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Jepara dengan lembaga pendidikan yang ada di kabupaten Jepara, yang dalam pemasarannya menggunakan *Memorandum of Understanding*. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara**. (Studi pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Jepara)

## **B. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan yang ada di kabupaten Jepara?

2. Bagaimana mekanisme implementasi pemasaran kerja sama Bank Syariah Mandiri dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara ?
3. Bagaimana hasil dari kerja sama yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Jepara dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan yang ada di kabupaten Jepara.
2. Untuk mengetahui mekanisme implementasi pemasaran kerja sama Bank Syariah Mandiri dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.
3. Untuk mengetahui hasil dari kerja sama yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Jepara dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

#### 1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang diterapkan Bank Syariah Mandiri di KCP Jepara khususnya dalam kerja sama yang dilakukan dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.

#### 2. Praktis

##### a. Program Studi Perbankan Syariah

Memberikan ilmu pengetahuan, wawasan dan sebagai bahan acuan pembelajaran atau referensi bagi peneliti selanjutnya. Untuk



meningkatkan pemahaman terhadap implementasi teori yang diberikan dengan praktik yang diterapkan di lapangan.

b. Bank Syariah Mandiri KCP Jepara

Memberikan evaluasi terhadap pihak Bank Syariah Mandiri KCP Jepara dalam strategi yang digunakan kerja sama dengan lembaga pendidikan, supaya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pihak Bank Syariah Mandiri KCP Jepara untuk meningkatkan kerja sama-kerja sama.

c. Lembaga Pendidikan

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan sekaligus sebagai bahan pertimbangan lembaga pendidikan untuk melakukan kerja sama dengan pihak Bank Syariah Mandiri.

**E. Tinjauan Pustaka**

Judul ini dibuat berdasarkan pemahaman penulis mengenai pentingnya strategi pemasaran yang harus ditentukan agar dapat mengambil kebijakan. Seperti halnya pemasaran produk dan jasa Bank Syariah Mandiri dengan lembaga pendidikan agar tau strategi yang diterapkan supaya hasil yang didapat sesuai dengan yang diharapkan. Mengingat banyak lembaga keuangan yang juga melakukan kerja sama dengan lembaga pendidikan yang ada. Penelitian ini meneliti tentang strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan yang sudah ada penelitian terdahulu. Dalam hal ini penulis membedakan dengan penelitian terdahulu dalam studi kasus, judul penelitian, jenis penelitian, dan hasil penelitian terhadap Bank Syariah Mandiri KCP Jepara.

### Penelitian sebelumnya

No	Aspek Perbandingan	Studi Kasus	Rencana Skripsi
1	Sahrurn (Skripsi 2016)		
	a. Judul	Strategi pemasaran bank syariah menggunakan <i>Memorandum of Understanding.</i>	Strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.
	b. Fokus	Skripsi ini fokus membahas tentang strategi pemasaran menggunakan <i>canvassing, telesales, direct selling, opentable dll.</i>	Skripsi ini fokus pada strategi pemasaran yang digunakan menggunakan <i>marketing mix</i> dan <i>marketing syariah.</i>
	c. Objek penelitian	Yayasan Al Falah	Lembaga pendidikan di kabupaten Jepara. (MTSN Bawu, MAN Bawu)
	d. Metode penelitian	Skripsi ini menggunakan metode penelitian	Metode penelitian yang digunakan adalah



	e. Hasil	<p>kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>Memasarkan produk dengan Yayasan Al Falah sebagai core bisnis.</p> <p>Mempermudah sistem pengajian guru</p> <p>Memasarkan produk dengan promosi kepada wali murid</p> <p>Mengutamakan produk tabungan dengan sistem canvassing</p>	<p>kualitatif dengan pendekatan studi kasus.</p> <p>Skripsi ini berprinsip kan saling mendapat manfaat dari kerjasama yang dilakukan.</p> <p>Mengupas strategi pemasaran kerjasama yang dilakukan.</p> <p>Mengetahui mekanisme kerjasama melalui nota kesepakatan atau <i>Memorandum of Understanding</i>.</p>
2	Wahyu Eka Meganingrum (Skripsi 2018)		
	a. Judul	Strategi pemasaran produk simpanan untuk pendidikan melalui kerjasama dengan sekolah.	Strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.
	b. Fokus		Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran

	<p>c. Objek penelitian</p> <p>d. Metode penelitian</p> <p>e. Hasil</p>	<p>Skripsi ini fokus pada pemasaran produk simpanan pendidikan. Yayasan Permata Jawa Timur.</p> <p>Penelitian di skripsi ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>Hasil dari skripsi ini yaitu mengetahui strategi pemilihan sekolah yang menjadi mitra dari BMT</p> <p>Mengetahui adanya bentuk-bentuk kerjasama yang dilakukan oleh pihak BMT dengan pihak sekolah.</p>	<p>produk yang tercantum dalam MoU.</p> <p>Lembaga pendidikan di kabupaten Jepara. (MTSN Bawu, MAN Bawu)</p> <p>Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus .</p> <p>Penelitian ini fokus pada analisis strategi pemasaran yang dilakukan antara pihak Bank Syariah Mandiri dengan lembaga Pendidikan.</p>
--	--	---	---

3	Eka Fitri Ardiyati (Skripsi 2019)		
	<p>a. Judul</p> <p>b. Fokus</p> <p>c. Objek penelitian</p> <p>d. Metode penelitian</p>	<p>Strategi Pemasaran Simpanan Pendidikan Siswa Sekolah (SI SIDIK) Di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Salatiga.</p> <p>Fokus pada strategi produk simpanan SI DIDIK (simpanan pendidikan siswa) Di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Salatiga.</p> <p>instansi-instansi seperti SD, TK dan Paud yang berada disekitar Kota Salatiga</p> <p>Deskriptif kualitatif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.</p>	<p>Strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.</p> <p>Fokus pada Strategi pemasaran kerjasama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.</p> <p>Lembaga pendidikan di kabupaten Jepara. (MTSN Bawu, MAN Bawu)</p> <p>Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus .</p>

	e. Hasil	strategi pemasaran yang diterapkan oleh KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera cabang Salatiga memiliki inovasi dari teori sebelumnya, dimana adanya perpaduan dengan teori Londre mengenai strategi pemasaran yang berupa marketing mix yang terdiri dari 9P dan ditambah dengan 5 langkah menuju sukses dalam memasarkan produk simpanan.	Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran dan menganalisis kekuatan dan kelemahan dari kerjasama yang dilakukan antara pihak Bank Syariah Mandiri dengan lembaga Pendidikan.
4	Sri Fadhilah (Skripsi 2011)		
	a. Judul	Efektivitas Pola Kemitraan dalam Kerjasama Bank Muamalat Indonesia	Strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerjasama dengan lembaga

		dengan Mega <i>Life</i> Cabang Syariah dalam Mengembangkan Syariah Mega <i>Convers</i> .	pendidikan di kabupaten Jepara.
	b. Fokus	Penelitian ini fokus pada akad kerjasama, keefektivitasan yang terjalin dan kendala yang terjadi selama kerja PT.Mega Life Cabang Syariah.	Fokus pada Strategi pemasaran kerjasama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.
	c. Objek penelitian	Kualitatif dengan riset	Lembaga pendidikan di kabupaten Jepara. (MTSN Bawu, MAN Bawu)
	d. Metode penelitian	kepustakaan dan riset lapangan.	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus .
	e. Hasil	Akad yang digunakan dalam kerjasama ini yaitu akad <i>musyarakah</i> .  Kerjasama ini tidak efektif karena penjualan	Penelitian ini fokus pada strategi pemasaran dan menganalisis kekuatan dan kelemahan dari kerjasama yang dilakukan antara pihak

		<p>produk tidak sesuai dengan target.</p> <p>Masih banyaknya kendala seperti terhentinya IT, pembengkakan biaya administrasi.</p>	<p>Bank Syariah Mandiri dengan lembaga Pendidikan.</p>
5	Jurnal Unimus, 2005		
	a. Judul	<p>Melangkah Menuju Kerjasama antara Perbankan Syariah dengan Sektor Perdagangan dan Jasa.</p>	<p>Strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.</p>
	b. Fokus	<p>Pengembangan industri bank syariah di Indonesia melalui kerjasama.</p>	<p>Fokus pada Strategi pemasaran kerjasama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara, dengan strategi teori <i>marketing mix</i> dan <i>marketing syariah</i>.</p>



c. Objek penelitian	Sektor Perdagangan dan Jasa ( pengusaha kecil ).	Lembaga pendidikan di kabupaten Jepara. (MTSN Bawu, MAN Bawu)
d. Metode penelitian	Metode penelitian kualitatif dengan kasual komparatif sosialisasi bank syariah ke masyarakat perlu ditingkatkan.	Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini fokus pada
e. Hasil	inovasi produk perbankan syariah yang mengacu pada service satisfaction Kebijakan baru yang mendukung.	strategi pemasaran dan menganalisis kekuatan dan kelemahan dari kerjasama yang dilakukan antara pihak Bank Syariah Mandiri dengan lembaga Pendidikan.

Tabel 1.1

## F. Metodologi Penelitian

Dalam memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian tentu perlu menggunakan metode untuk memecahkan permasalahan tersebut. Agar pelaksanaan penelitian dapat berjalan dengan sistematis, maka metode yang digunakan harus sesuai dengan objek yang diteliti. Penelitian adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan maksud mencari suatu kebenaran atau memecahkan suatu masalah yang ada.

Menurut Subana dan Sudrajat mengatakan bahwa penelitian adalah suatu cara dari sekian cara yang pernah ditempuh dan dilakukan dalam mencari kebenaran, sedangkan menurut Ibnu dkk mengatakan bahwa penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah (Alfianika, 2018:8).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian adalah suatu kegiatan ilmiah untuk memperoleh pengetahuan yang benar tentang suatu masalah. Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti harus sudah menemukan masalah yang akan diteliti. Kebenaran dari masalah itulah yang akan diketahui setelah melakukan penelitian. Kegiatan penelitian dilakukan berdasarkan cara-cara dan metodologi yang benar. Dalam mencapai tujuan penelitian yang akan dicapai, perlu adanya pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Penelitian “strategi pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara” menggunakan metode *theory before research model*, metode ini untuk

mengkaji teori penelitian melalui dokumen-dokumen dan buku yang diketahui untuk mencari data yang berkaitan dengan judul penelitian.

### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian dari judul “Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam Menjalinkan Kerjasama dengan Lembaga Pendidikan di Kabupaten Jepara” merupakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang fundamental tergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya (Creswell, 2015:4). Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengembangkan konsep sensitivitas pada masalah yang dihadapi, menerangkan realistik yang berkaitan dengan penelusuran teori dari bawah (*grounded theory*) dan mengembangkan pemahaman akan satu atau lebih dari fenomena yang dihadapi (Gunawan, 2013:80).

### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi kasus. Studi kasus (*case study*). Penelitian studi kasus adalah penelitian yang memiliki fenomena kontemporer secara utuh dan menyeluruh pada kondisi yang sebenarnya, dengan menggunakan berbagai sumber data untuk mencapai validasi dan reabilitas penelitian (Gunawan, 2013:121). Penelitian studi kasus bertujuan untuk mencari suatu kasus untuk dianalisis terkait dengan kehidupan nyata. Penggunaan jenis penelitian kualitatif studi kasus untuk penelitian di Bank Syariah Mandiri KCP Jepara yaitu untuk meneliti kejadian-

kejadian kecil yang ada contohnya strategi yang digunakan dalam kerjasama dengan lembaga pendidikan.

## **1. Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data menjadi subjek dari data yang diperoleh, terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yang berasal dari kata-kata, tindakan, dan sumber data yang tertulis.

Sumber data tersebut berasal dari:

### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya (Waluya, 2017:79). Data primer menjadi sumber data yang utama dalam proses pengumpulan data, dan merupakan data yang diambil langsung dari Bank Syariah Mandiri KCP Jepara dan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara (MTSN Bawu dan SDUT Bumi Kartini Jepara).

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang dihasilkan dari pengumpulan orang lain. Data sekunder sebagai data pelengkap yang bisa didapatkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis mengambil Bank Syariah Mandiri KCP Jepara sebagai subjek penelitian dengan melakukan wawancara dengan *customer service* dan *marketing*.

## **b. Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitiannya adalah lembaga pendidikan dengan mengambil sampel MTSN Bawu dan SDUT Bumi Kartini. Dari pihak MTSN Bawu yaitu Waka Humas dan SDUT Bumi Kartini yaitu Guru.

## **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan sebagai berikut:

### **a. Observasi**

Menurut Arikunto yang dikutip (Gunawan, 2013:143) Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan penelitian secara teliti, serta pencatatan secara sistematis. Peneliti melakukan pengamatan untuk mendapatkan data penelitian secara deskriptif dan jelas.

### **b. Wawancara**

Yaitu suatu kegiatan tanya jawab dengan tatap muka *face to face* (Gunawan, 2013:162) antara pewawancara yaitu peneliti dengan yang diwawancarai dalam hal ini yaitu *Marketing* dan *Customer service* Bank Syariah Mandiri KCP Jepara. Alasan memilih *Marketing* untuk diwawancara karena penelitian ini berhubungan dengan strategi pemasaran yang dilakukan pihak Bank Syariah Mandiri, berhubungan dengan penjualan produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri. Alasan memilih *Customer service* yaitu *Customer service* bagian yang melakukan pengecekan



kelengkapan data administrasi kerjasama-kerjasama Bank Syariah Mandiri. *Customer service* juga mengetahui mekanisme dan prosedur kerjasama yang terjalin.

Wawancara yang dilakukan dengan pihak lembaga pendidikan MTsN Bawu bagian Waka Humas. Alasan pemilihan wawancara dengan Waka humas yaitu pihak sekolah yang menentukan dan Waka Humas yang bertanggung jawab mengenai kerjasama-kerjasama sekolah. Sedangkan untuk wawancara dari SDUT Bumi Kartini yaitu guru. Alasan pemilihan guru sebagai pihak yang diajak wawancara yaitu untuk mengetahui alasan guru dalam memilih produk yang ada dalam perjanjian kerjasama dengan Bank Syariah Mandiri.

#### **c. Dokumentasi**

Dokumen menurut Sugiyono yang dikutip (Gunawan, 2013:176) yaitu catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Macam-macam dokumen yang dijadikan sebagai bahan penelitian yaitu pengalaman marketing dalam penerapan strategi pemasaran kerjasama, dokumen surat kerjasama antara Bank Syariah Mandiri dengan lembaga pendidikan yang terkait.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Analisis data kualitatif yaitu pengujian sistematis dari sesuatu untuk menetapkan bagian-bagiannya hubungan antar kajian, dan Analisis adalah proses mencari dan menyusun sistematis data yang diperoleh dari



hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan penyusunan ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Data yang diperoleh dari interview, observasi, dan dokumentasi disusun secara berkelompok sesuai dengan fokus penelitian, kemudian dilakukan dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan:

**a. Tahap Reduksi Data (*Data Reduction*)**

Reduksi data merupakan proses pemilihan data kasar, pemusatan perhatian terhadap data-data tertentu yang bersifat spesifik, melakukan transformasi data dan lain sebagainya atas semua data yang diperoleh dilapangan, baik data dokumenter, hasil observasi, maupun data wawancara. Apabila dalam reduksi data terdapat kekurangan maka peneliti akan mengunjungi lokasi penelitian lagi untuk mengumpulkan data lainnya (Saleh, 2013:146).

**b. Tahap Penyajian Data (*Data Display*)**

Setelah reduksi data selesai tahap selanjutnya yaitu memahami, mengkaji dan meninjau kembali data yang telah didapat, hal ini untuk sinkronisasi terhadap reduksi data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif berbentuk uraian singkat, bagan, hubungan kategori flowchart dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman 1984 yang dikutip Hengki Wijaya dalam bukunya

*analisis data kualitatif* yang paling sering digunakan untuk penyajian data dalam penelitian kualitatif yaitu teks yang bersifat naratif (Wijaya, 2018:57).

**c. Tahap Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing / Verification*)**

Setelah tahap penyajian data dalam analisis penelitian kualitatif yaitu penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan menurut Sugiyono (2014) yang diikuti Hengki Wijaya dalam bukunya *analisis data kualitatif* yaitu untuk menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, akan tetapi perlu di perhatikan bahwa perumusan masalah dan masalah di lapangan tidak selalu sama (Wijaya, 2018:59). Apabila dalam penyajian data terdapat kekurangan maka peneliti harus menggulangi proses reduksi data dan penyajian data supaya hasil kesimpulan data yang didapat analisis dan verifikasi valid.

**G. Sistematika Penulisan**

Bab I (Pendahuluan) pada Bab ini memaparkan latar belakang yang menjadi penyebab adanya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

Bab II (Landasan Teori) pada bab ini membahas definisi strategi pemasaran (*marketing mix* dan *marketing syariah*) yang dilakukan bank syariah, kerja sama antara bank syariah dengan lembaga pendidikan yang terjalin melalui nota kesepakatan dan lembaga pendidikan khususnya sekolah.

Bab III (Objek Penelitian) Berisi tentang profil Bank Syariah Mandiri, Visi dan Misi, Produk dan Jasa yang dimiliki

Bab IV (Pembahasan) Strategi pemasaran, mekanisme implementasi dan hasil dari kerja sama Bank Syariah Mandiri dalam menjalin kerja sama dengan lembaga pendidikan di kabupaten Jepara.

Bab V (Kesimpulan) berisi tentang kesimpulan dan saran atas penelitian yang dilakukan

